

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WARUNG INTERNET (WARNET)
DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA
MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM
(Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)**



Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ilmu Ekonomi Islam

Oleh

Ayu Septi Nurani

NPM.1451010021

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Pembimbing I : Hj. Mardhiyah Hayati, S.P.,M.S.I

Pembimbing II : Heni Vrawati, M.A

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
1439 H / 2018 M**

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WARUNG INTERNET (WARNET) DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM

Oleh:

Ayu Septi Nurani

Penelitian ini dilatar belakangi oleh maraknya usaha warung internet sehingga mempermudah pengguna jasa internet untuk mengakses internet kapan saja. Para pengusaha warnet dituntut untuk menerapkan strategi pemasaran agar usaha mereka mampu bertahan lama.

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, dan untuk mengetahui bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha warnet.

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, dokumentasi, dan wawancara. Data primer diperoleh dari pengusaha warnet sedangkan data sekunder diperoleh dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian. Teknik analisa data yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif.

Adapun hasil dari penelitian ini yaitu dapat diketahui bahwa strategi pemasaran yang dilakukan para pengusaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dalam mempertahankan keberlangsungan usaha adalah:

- 1.Promosi: promosi dilakukan dengan cara memberikan bonus tambahan jam kepada para konsumen yang mengakses lebih dari jam tertentu.
2. Harga: dilakukan dengan memberikan diskon atau potongan harga.
- 3.Tempat: dilakukan dengan cara memanjakan konsumen dengan tempat yang strategis dan aman.
4. Produk: memberikan produk berupa pelayanan yang baik kepada para konsumen.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Letkol. H. Endro Suradimin, Sukarampe-Bandar Lampung 35131 Tlp. 0721-703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WARUNG INTERNET (WARNET) DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM (Studi di Kecamatan Sukarampe Kota Bandar Lampung)**

Nama : **Ayu Septi Nurani**

NPM : **1451010021**

Jurusan : **Ekonomi Syariah**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

DISETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosyah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I


H. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I
NIP. 197605292008012010

Pembimbing II


Heni Verawati, M.A

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Madnasir, S.E., M.S.I
NIP. 197504242002121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Lethol. H. Endro Suratmin, Sukarama-Bandar Lampung 35131 Tlp.0721-703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN WARUNG INTERNET (WARNET) DALAM MEMPERTAHANKAN KEBERLANGSUNGAN USAHA MENURUT PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM** (Studi di Kecamatan Sukarama Kota Bandar Lampung)", disusun oleh Nama : **Ayu Septi Nurani, NPM.1451010021**, Program Studi Ekonomi Syari'ah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Hari/Tanggal : **Senin, 31 Desember 2018**.

TIM MUNAQOSYAH

Ketua Sidang : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I

(.....)

Sekretaris : Yetri Martika Sari, M.acc, Akt.,C.A

(.....)

Penguji I : Any Eliza, S.E.,M.Ak

(.....)

Penguji II : Hj. Mardhiyah Hayati, S.P.,M.S.I

(.....)

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Moh. Bahrudin, M.Ag
NIP. 195808241989031003

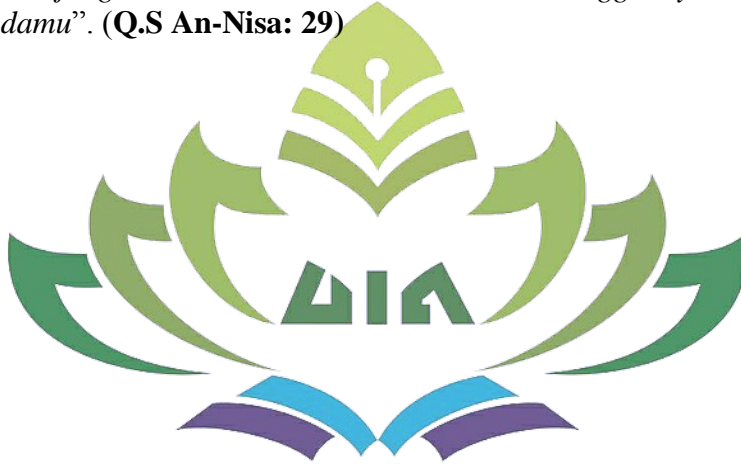


MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ

إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

“Hai orang-orang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathill, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (Q.S An-Nisa: 29)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT dan dari lubuk hati yang terdalam, penulisan skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orangtua tersayang, Bapak Aa Munsanto dan Mamah Yuyun Runcinah, yang sangat penulis hormati dan cintai. Selalu menguatkan penulis dengan sepenuh hati, merawat, memotivasi dengan segala nasehat-nasehatnya yang luar biasa, dan selalu mendoakan penulis agar terus berada dalam jalan-Nya dan menjadi orang yang sukses. Semoga mereka selalu dalam lindungan Allah SWT dan mendapatkan keberkahan dalam setiap langkahnya.
2. Adik-adik tercinta, Dinar Fauziah, Muhammad Baghis Asil, serta seluruh keluarga besar saya. Berkat do'a, dukungan, motivasi dan senyum semangat dari kalian sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
3. Pembimbing I Ibu Hj. Mardhiyah Hayati, S.P.,M.S.I dan pembimbing II Ibu Heni Verawati, M.A yang telah memberikan bimbingan kepada penulis sampai terselesaikannya skripsi ini.
4. Sahabat terdekat Yuli Astria, Maya Rekka Fadilah, Alfi Nuan Sari, dan Ulfa Hidayati yang tidak pernah lelah untuk memberikan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan Ekonomi Islam kelas C dan teman-teman seangkatan 2014 Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan

Lampung, semoga kita menjadi alumni yang bermanfaat dan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.

6. Almamater tercinta tempat penulis menimba ilmu Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung semoga semakin maju dan berkualitas.



RIWAYAT HIDUP

Penulis dianugerahi nama oleh Bapak dan Mamah tercintanya yaitu Ayu Septi Nurani. Penulis dilahirkan di Bandung pada tanggal 10 September 1996. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara.

Riwayat pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. TK Xaverius 1 Bandar Lampung, selesai pada tahun 2002.
2. SD Xaverius 1 Bandar Lampung, selesai pada tahun 2008.
3. SMP Xaverius 1 Bandar Lampung, selesai pada tahun 2011.
4. Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Bandar Lampung, selesai pada tahun 2014.
5. Kemudian pada tahun 2014, berbekal keikhlasan dan keinginan yang kuat untuk menggapai cita-cita, penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan program Strata 1 (S1) di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung dan terdaftar sebagai mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada jurusan Ekonomi Syari'ah.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuk sehingga skripsi dengan judul **“Analisis Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)”** dapat terselesaikan. Shalawat serta salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyebarkan Islam kepenjuru dunia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) jurusan Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian skripsi ini, penulis berterimakasih sedalam-dalamnya kepada:

1. Dr. Moh. Bahrudin, M.A., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang senantiasa tanggap terhadap kesulitan mahasiswa.
2. Madnasir, S.E., M.S.I selaku ketua prodi Ekonomi Islam yang selalu memberikan dukungan kepada mahasiswa-mahasiswanya.

3.Hj. Mardhiyah Hayati, S.P., M.S.I selaku pembimbing I yang dengan tulus telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Heni Verawati, M.A selaku pembimbing II yang senantiasa memberikan masukan, dukungan, kritik dan saran kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penulis menyadari bahwa hasil skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, hal tersebut dikarenakan keterbatasan waktu, dana, dan kemampuan yang penulis miliki, untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat memberikan masukan dan saran-saran guna melengkapi hasil penelitian ini.

Penulis berharap hasil penelitian ini akan menjadi sumbangan yang berarti dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat memberikan manfaat dalam bidang Ekonomi Islam.

Bandar Lampung, 29 September 2018

Penulis

Ayu Septi Nurani



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah	3
D. Batasan Masalah	10
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
G. Tinjauan Pustaka	12
H. Metode Penelitian	14
I. Populasi	18
J. Teknik Pengelolaan Data	19
K. Analisis Data	20
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Pemasaran	
1. Pengertian Strategi	21
2. Pengertian Pemasaran	21
3. Bauran Pemasaran	22
B. Usaha	
1. Pengertian Usaha	27

2. Usaha yang diperbolehkan dan dilarang dalam Ekonomi Islam.....	31
C. Internet	
1. Pengertian Internet.....	37
2. Sejarah Internet.....	38
D. Etika Bisnis Islam	
1. Pengertian Etika Bisnis Islam.....	39
2. Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam.....	41
BAB III PENYAJIAN DATA LAPANGAN	
A. Hasil Penelitian	
1. Gambaran Umum Kecamatan Sukarame.....	48
2. Kondisi Geografi dan Demografi Kecamatan Sukarame.....	53
3. Struktur Organisasi Warung Internet.....	55
B. Strategi yang dilakukan Warung Internet (Warnet) di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.....	60
BAB IV ANALISIS DATA	
A. Analisis Strategi Usaha Warung Internet dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.....	64
B. Tinjauan Ekonomi Islam terhadap strategi yang dilakukan pada Warung Internet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.....	72
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Judul penelitian yang akan penulis susun ini adalah “**Analisis Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)**” untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul penelitian ini, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan istilah-istilah yang ada didalamnya. Adapun istilah-istilah yang perlu mendapat penjelasan adalah sebagai berikut:

1. **Analisis** adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat dengan mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.¹
2. **Strategi Usaha** merupakan penetapan sasaran dan tujuan jangka panjang sebuah perusahaan dan arah tindakan serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk mencapai sasaran dan tujuan itu.²

¹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h.244

² Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2009), h.339

3. **Warung Internet (Warnet)** adalah sebuah media yang digunakan untuk mengefesiensikan sebuah proses komunikasi yang disambungkan dengan berbagai aplikasi.³
4. **Etika Bisnis Islam** adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi masyarakat yang diilhami nilai-nilai Islam, yang terdiri dari bagian suatu tata kehidupan lengkap berdasarkan 4 bagian nyata dari pengetahuan, yaitu: *Al-Qur'an, As-Sunnah, Ijma, dan Qiyas*.⁴

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka maksud dari penegasan judul diatas adalah menganalisa dan menggambarkan bagaimana strategi usaha warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha yang kemudian ditinjau dalam perspektif Etika Bisnis Islam.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun yang menjadi alasan penulis dalam menetapkan judul ini adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Penulis ingin meneliti hal tersebut karena dalam upaya mempertahankan keberlangsungan usaha pada warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dibutuhkan strategi

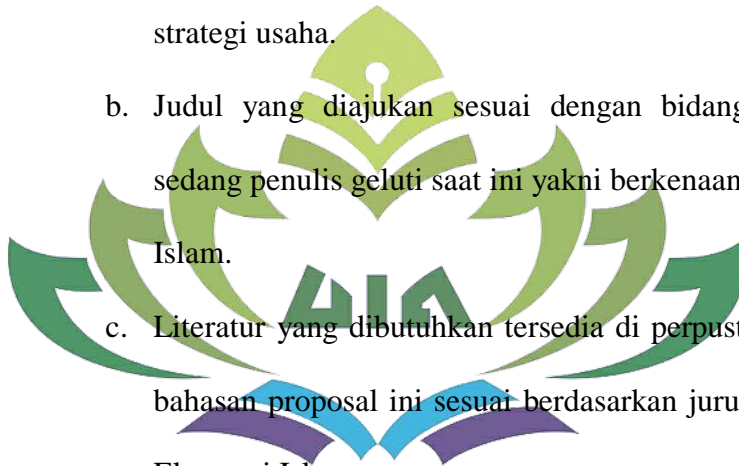
³ Onno W Purbo, *Teknologi Warung Internet*, (Yogyakarta: Flex Media Computindo), h.15

⁴ Sumar'in, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.11

pemasaran yang baik dan tepat, karena tanpa adanya strategi pemasaran yang baik dan tepat tidak akan terjadi keberlangsungan usaha yang maksimal dan para pengusaha warnet akan lebih mengetahui strategi pemasaran apa yang harus ditingkatkan guna mempertahankan keberlangsungan usaha.

2. Alasan Subjektif

- a. Penelitian ini sudah pernah diteliti sebelumnya yaitu tentang strategi usaha.
- b. Judul yang diajukan sesuai dengan bidang keilmuan yang sedang penulis geluti saat ini yakni berkenaan dengan Ekonomi Islam.
- c. Literatur yang dibutuhkan tersedia di perpustakaan dan pokok bahasan proposal ini sesuai berdasarkan jurusan penulis yakni Ekonomi Islam.



C. Latar Belakang Masalah

Indonesia memiliki perkembangan yang cukup memegang peranan besar pada sektor jasa. Saat ini, sektor-sektor jasa menyumbangkan lebih dari 45% nilai tambah perekonomian dan menyerap lebih dari 35% tenaga kerja. Berdasarkan data input-output Indonesia tahun 2005, sektor jasa berkontribusi sekitar 35% dari total input antara yang dibutuhkan oleh sektor-sektor produksi di Indonesia, dimana sektor retail dan grosir serta transportasi

menjadi sektor jasa yang mendominasi input bagi banyak sektor pengolahan. Sektor jasa juga berperan penting dalam peningkatan daya saing industri dan produk ekspor. Sektor jasa juga menjadi kunci dalam pengentasan kemiskinan dan pemerataan: sektor logistik dan distribusi yang berkualitas akan mengurangi disparitas harga antara berbagai lokasi di Indonesia.⁵

Adanya perkembangan dari sektor jasa yang memegang peranan besar di Indonesia, secara tidak langsung dapat menimbulkan banyak pesaing, sehingga harus dituntut memiliki strategi agar mampu bersaing dan mampu mempertahankan usahanya. Perusahaan selalu memiliki pesaing, sehingga setiap perusahaan harus membangun strategi yang tepat demi memenangkan persaingan dalam suatu pasar tertentu. Tanpa memenangkan persaingan, tujuan perusahaan tersebut tidak akan tercapai.⁶

Persaingan memperebutkan pangsa pasar yang sangat ketat seperti sekarang ini membuat para pelaku usaha harus mengkaji pendekatan strategi pemasarannya, tidak hanya dari mengandalkan kepada produk yang berkualitas dan harga yang bersaing, tetapi di dukung juga oleh upaya-upaya dalam mempromosikan produk atau jasa yang dihasilkan. Pemasaran diarahkan untuk mengetahui kebutuhan pembeli kemudian memuaskan kebutuhan tersebut. Dalam strategi pemasaran ini, terdapat strategi bauran pemasaran (*Marketing Mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali

⁵ Rudianto, *Akuntansi Manajemen*, (Jakarta: Erlangga, 2013), h.3

⁶ *Ibid*, h.4

yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari empat “P” meliputi: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi).⁷

Strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi organisasi, melalui misi. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana tindakan yang spesifik, yang apabila dicapai akan memberikan keunggulan kompetitif yang diharapkan. Dengan kata lain, strategi merupakan jawaban atas pertanyaan bagaimana perusahaan tersebut dapat mencapai tujuannya.⁸

Saat ini, dunia telah mengenal suatu teknologi yang dinamakan internet. Melalui internet, manusia dapat memperoleh dan menyampaikan berbagai informasi yang dibutuhkan kapan saja dan dimana saja. Internet memanfaatkan jaringan global dan dapat diakses 24 jam sehari. Ketika kita memerlukan informasi hanya dalam hitungan detik kita dapat memperolehnya dengan mengakses internet. Bisa kita bayangkan besarnya peran media internet dalam kehidupan kita.

Peluang ini kemudian diwujudkan menjadi sebuah usaha yang disebut “Warung Internet (Warnet)”. Warnet merupakan salah satu peluang bisnis di sektor jasa dengan pasar potensial yang terus berkembang. Bisnis warnet banyak bermunculan dimana-mana menjadi salah satu bukti bahwa bisnis ini

⁷ Philip Kotler, *Principle Of Marketing*, terjemahan Bob Sabran, (Jakarta: Erlangga, 2008),

⁸ *Ibid*, h.5

benar-benar sangat potensial. Kondisi seperti inilah yang dimanfaatkan oleh wirausahawan untuk membuka usaha penyedia jasa internet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Usaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung semakin banyak diminati sebagai pilihan usaha yang menguntungkan. Sasaran dari usaha warnet biasanya adalah pelajar sekolah maupun mahasiswa-mahasiswi. Dengan adanya warnet dapat memudahkan pelajar atau mahasiswa-mahasiswi yang ingin mencari sebuah materi dari suatu artikel dapat dilakukan dengan mudah karena tidak semua pelajar atau mahasiswa-mahasiswi mempunyai jaringan atau koneksi internet dirumahnya. Warnet juga terbilang cukup ekonomis hanya dengan membayar uang sebesar 4.000-5.000 kita dapat menikmati dan dapat mengakses internet selama 1 jam atau 60 menit. Tetapi, dengan kemajuan teknologi di jaman sekarang dengan adanya Handphone berbasis Android, menjadi salah satu pesaing yang harus dihadapi oleh para pengusaha warnet. Berdasarkan permasalahan di atas, seorang pengusaha warnet dituntut harus memiliki strategi yang tepat agar usaha warnet mampu bertahan di era teknologi yang semakin canggih.

Lokasi Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dinilai sebagai salah satu lokasi strategis karena di lokasi tersebut terdapat banyak Instansi Pendidikan salah satunya adalah Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN RIL). Hal tersebut dapat dijadikan alasan mengapa banyak warnet di lokasi tersebut karena banyak pelajar atau mahasiswa-mahasiswi

yang bertempat tinggal di lokasi tersebut, dan banyak pelajar atau mahasiswa-mahasiswi Universitas Raden Intan Lampung (UIN RIL) yang belum mempunyai koneksi internet dirumahnya sehingga pelajar atau mahasiswa-mahasiswi Universitas Raden Intan Lampung (UIN RIL) dapat memudahkan mereka dalam menggunakan jasa warnet.

Tabel 1
Data Jumlah Pengusaha Warnet

Jumlah Pengusaha Warnet	Nama Warnet	Tahun Berdiri
7 pengusaha	Royal.net	2014
	Compendium.net	2014
	Bamboo.net	2012
	Orion.net	2013
	Widyadana.net	2013
	Alung.net	2014
	Warnet	2014

Sumber: Data Usaha Masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Berdasarkan data dari Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung terdapat 7 warnet di lokasi Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung yang sudah memiliki izin usaha.

Tabel 2
Tingkat Jumlah Konsumen Warnet pada tahun 2016-2017

No	Warnet	Jumlah Pengakses	
		2016	2017
1	Bamboo.net	3600	5400
2	Orion.net	1800	2160
3	Compendium.net	1400	1800
4	Widyadana.net	1100	1500

Sumber: Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Berdasarkan data diatas, jumlah konsumen warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dalam rentang waktu 2016-2017 mengalami peningkatan. Yaitu konsumen yang tercatat di warnet Bamboo.net pada tahun 2016 sebanyak 3600 konsumen dan pada tahun 2017 sebanyak 5400 konsumen yang berarti mengalami kenaikan sebesar 40 %. Warnet Orion.net pada tahun 2016 sebanyak 1800 jumlah konsumen dan pada tahun 2017 sebanyak 2160 jumlah konsumen yang berarti mengalami kenaikan sebesar 20 %. Warnet Compendium.net pada tahun 2016 sebanyak 1400 jumlah konsumen dan pada tahun 2017 sebanyak 1800 jumlah konsumen yang berarti mengalami kenaikan sebesar 20 %. Warnet Widyadana.net pada tahun 2016 sebanyak 1100 jumlah konsumen dan pada tahun 2017 sebanyak 1500 jumlah konsumen yang mengalami kenaikan 35 %.

Hal lain yang harus diingat oleh setiap pengelola perusahaan adalah bahwa perusahaan tidak sendirian ketika beroperasi pada wilayah tertentu, perusahaan selalu memiliki pesaing. Usaha warnet juga tidak luput dari pesaing, yaitu persaingan yang terjadi antara sesama warnet yang berlokasi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, bahkan dengan kecanggihan teknologi yang semakin maju dan berkembang dengan adanya Laptop, Notebook, Handphone berbasis Android yang merupakan pesaing besar pada usaha warnet. Berdasarkan permasalahan di atas, seorang pengusaha warnet harus memiliki strategi yang tepat agar usahanya mampu bertahan di era teknologi yang semakin canggih seperti sekarang ini.

Dalam Islam, masalah bisnis tidak jadi masalah atau tidak dipermasalahkan. Mencari rezeki dengan cara berbisnis didalam Al-Qur'an dinamakan mencari karunia Illahi seperti didalam firman Allah pada surat Al-Baqarah (2) : 198 yang memiliki arti "*Tidak ada dosa bagimu untuk mencari karunia (rezeki dari hasil perniagaan) dari Tuhanmu.*"⁹ Berdasarkan ayat tersebut, dapat diberi kesimpulan bahwa berbisnis itu diperbolehkan dan tidak dipermasalahkan. Hanya saja berbisnis harus dilakukan dengan penuh kehati-hatian (*Ihtiyah*) supaya kita tidak terjerumus ke dalam kategori (*Maisir, Gharar, dan Riba*). Al-Qur'an memandang bahwa bisnis adalah pekerjaan yang menguntungkan, bukan hanya dengan melakukan ukuran yang tepat, tetapi menghindari segala bentuk kecurangan yang kotor dan korup. Al-Qur'an menekankan bahwa sebuah bisnis yang kecil tetapi lewat jalan yang halal dan *thayyib* (baik) jauh lebih baik daripada bisnis besar yang dilakukan dengan cara haram dan *khabits* (jelek).¹⁰

Dari permasalahan di atas penulis merasa perlu dan berkeinginan untuk mengadakan suatu riset atau penelitian dengan judul **"Analisis Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)"**.

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemah*, (Bandung: CV Diponegoro, 2013)

¹⁰ Merza Gamal, *Aktifitas Ekonomi Syariah*, (Pekanbaru: Uni Press, 2014), h.8

D. Batasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang akan dibahas dan untuk menghindari permasalahan-permasalahan yang timbul dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalahnya sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada strategi pemasaran apa yang dilakukan pengusaha warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Warnet yang dijadikan penelitian adalah warnet yang sudah memiliki izin usaha.
2. Responden dalam penelitian ini adalah pengusaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pengusaha warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran usaha warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung?

F. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan penelitian adalah:

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk menganalisa strategi pemasaran pengusaha warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.
- b. Untuk menganalisa bagaimana tinjauan Etika Bisnis Islam terhadap strategi pemasaran warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis. Khususnya digunakan sebagai solusi alternatif untuk mengetahui strategi apa yang dilakukan pengusaha warnet untuk dapat mempertahankan usaha.

b. Manfaat Praktis

-Adanya penelitian ini untuk mengembangkan keilmuan penulis untuk memenuhi syarat akademik dalam menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung (UIN RIL).

-Bagi pengusaha warnet, adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman untuk para pelaku usaha warnet agar para pelaku usaha dapat mengetahui strategi pemasaran apa yang tepat untuk mempertahankan keberlangsungan usaha.

G. Tinjauan Pustaka

Penyusun melakukan penelaahan terhadap penelitian yang sudah ada. Penyusun menemukan beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan dengan judul yang diangkat sehubungan dengan masalah strategi dalam mempertahankan keberlangsungan usaha. Berikut beberapa penelitian yang mempunyai kemiripan dengan penelitian yang peneliti lakukan:

1. Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Esha Aprilianty yang dibuat pada tahun 2008 yang berjudul **Strategi Bertahan Penjualan Jamu Gendong (Studi di Kelurahan Helvetia, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang)**. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa penjualan jamu secara tradisional dan dengan harga yang terjangkau membuat para penjual jamu masih yakin bertahan sehingga mereka tidak mau beralih profesi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan kualitatif deskriptif, dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.

2. Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Tedy Syofyan yang dibuat pada tahun 2005 yang berjudul **Strategi Berdagang Pedagang Kaki Lima (PKL) di Kawasan Anjungan Cahaya Tepi Laut Kota Tanjung Pinang**. Hasil dari penelitian ini adalah dalam strategi berdagang Pedagang Kaki Lima (PKL) adalah dengan cara menjual dagangannya dengan harga yang terjangkau sehingga banyak konsumen yang bertahan sehingga Pedagang Kaki Lima (PKL) tersebut dapat mempertahankan eksistensinya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif, dan dengan menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi.
3. Ketiga, penelitian yang dilakukan oleh Titin Srijanjani yang dibuat pada tahun 2012 yang berjudul **Analisis Strategi Mempertahankan Konsumen Toko Zoya Kudus dalam Perspektif Ekonomi Islam**. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi yang dijalankan adalah dengan memberikan informasi yang jelas terhadap konsumen dan berperilaku ramah dan sopan terhadap konsumennya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif.

Dari beberapa kajian pustaka yang penulis paparkan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ada persamaan yang mendasar pada penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan metode deskriptif kualitatif, sama-sama membahas tentang strategi dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, dan pengumpulan datanya menggunakan teknik observasi dan wawancara, dan terdapat perbedaan yaitu objek penelitian yang dilakukan peneliti dan dengan penelitian terdahulu.

H. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah cara atau teknik yang mengarahkan peneliti untuk memilih pola dan prosedur yang sesuai dalam memperoleh data, menganalisisnya sampai dengan menyajikan laporan dengan baik dan normatif.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung dilakukan dilapangan atau kepada responden.¹¹ Penelitian ini menggunakan kenyataan atau realitas lapangan sebagai sumber data primer yang objek utamanya adalah strategi usaha yang dilakukan

¹¹ Etta Mamang Sangadji, *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, (Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET, 2010), h.28

oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Data pendukung dan pelengkap lainnya adalah dari buku-buku yang berkaitan dengan materi pembahasan, serta dari sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

b. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif analitik. Yaitu penelitian yang bersifat memaparkan dan bertujuan untuk memperoleh gambaran lengkap tentang sesuatu yang sedang diteliti. Berdasarkan pengertian diatas, pengertian deskriptif yang penulis maksudkan adalah penelitian yang menggambarkan peristiwa yang terjadi dilapangan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Mardalis, bahwa penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan, mencatat, menganalisa kondisi yang sedang terjadi.¹²

2. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Data primer adalah data pokok, atau data yang diperoleh secara langsung, dari sumber

¹² *Ibid*, h.30

pertama yaitu dari lokasi penelitian.¹³ Dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara kepada pengusaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber eksternal maupun internal seperti data dari kepustakaan atau dari buku-buku yang berkaitan.¹⁴ Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan data dari buku-buku yang berkaitan dengan penelitian peneliti atau dari dokumen-dokumen yang ada di lembaga-lembaga yang berkaitan dengan masalah penelitian yaitu data dari Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

3. Metode Pengumpulan Data

Guna mempermudah dalam pengumpulan data dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data, yaitu:

a. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda, dan

¹³ Mardalis, *Metode Penelitian Suatu Pendekatan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2008), h.26

¹⁴ *Ibid*, h.28

sebagainya.¹⁵ Dokumentasi peneliti gunakan dalam penelitian ini untuk mendapatkan profil-profil mengenai Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dan untuk mendapatkan biografi tentang Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, serta dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian ini.

b. Wawancara

Wawancara adalah suatu bentuk komunikasi verbal atau semacam percakapan yang memerlukan kemampuan responden untuk merumuskan buah pikiran atau perannya yang tepat. Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan untuk mendapatkan informasi dari responden adalah dengan cara bertanya langsung secara bertatap (*face to face*).¹⁶ Wawancara ditujukan kepada responden dan yang dimaksud responden adalah pengusaha warnet yang berada di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

c. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian

¹⁵ Sutrisno Hadi, *Metode Research*, (Yogyakarta: Yayasan Pendidikan Fakultas Sikologi UGM, 2012), h.72

¹⁶ *Ibid*, h. 75

tersebut.¹⁷ Dalam penelitian ini peneliti menggunakan observasi non partisipasi dimana peneliti tidak terlibat langsung sebagai peserta dan bukan merupakan bagian dari kelompok yang ditelitinya tujuannya untuk mengamati lokasi penelitian secara langsung. Observasi yang peneliti lakukan bertujuan untuk mengetahui atau mengamati kegiatan sehari-hari yang terjadi pada warnet-warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

I. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah pengusaha warnet yang berada di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Berikut adalah populasi atau kumpulan warnet-warnet yang berada di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

¹⁷ Syofian Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), h.60

¹⁸ Sugiyono, *Op.Cit*, h.81

Tabel 3
Data Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Jumlah Pengusaha Warnet	Nama Warnet	Tahun Berdiri
7 pengusaha	Royal.net	2014
	Compedium.net	2014
	Bamboo.net	2012
	Orion.net	2013
	Widyadana.net	2013
	Alung.net	2014
	Warnet	2014

Sumber: Data Usaha Masyarakat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

J. Teknik Pengelolaan Data

1. Deduktif

Penelitian ini menggunakan teknik deduktif yaitu dengan cara menyimpulkan hubungan yang tadinya tidak tampak menjadi tampak berdasarkan generalisasi yang sudah ada, juga menyimpulkan hubungan dari yang umum menjadi hubungan yang khusus.

2. Deskriptif

Penelitian ini menggunakan teknik deskriptif yaitu peneliti mengamati sesuatu subjek penelitian dan kemudian menjelaskan apa yang sedang diamatinya, menggambarkan suatu objek menjadi sumber penelitian yang akan diteliti yang bertujuan untuk memperoleh gambaran lengkap tentang sesuatu yang sedang diteliti atau menggambarkan peristiwa yang terjadi dilapangan.

K. Analisis Data

Setelah penulis memperoleh data-data dan informasi yang diperlukan dari lapangan, lalu penulis mengolahnya secara sistematis sesuai dengan sasaran permasalahan yang ada dan menganalisa data tersebut.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yaitu data yang tidak berbentuk angka, tetapi berupa serangkaian informasi yang di gali dari hasil penelitian tetapi masih merupakan data-data yang verbal atau masih keterangan saja. Analisa secara deskriptif kualitatif, berupa kata-kata, tulisan atau lisan dari orang-orang yang berperilaku yang dapat dimengerti.¹⁹ Analisa deskriptif ini dipergunakan dengan menguraikan dan merinci kalimat-kalimat yang ada dengan menggunakan pendekatan berfikir deduktif. Metode ini digunakan untuk menganalisa data-data yang didapat dari perpustakaan yang berhubungan dengan permasalahan yang ada.

¹⁹ Sugiono, *Op.Cit*, h.117





BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Pemasaran

1. Pengertian Strategi

Strategi berasal dari kata *strategia* atau *strategious* (bahasa Yunani) yang mengacu pada jendral militer dan menggabungkan dua kata dari: *stratus* (tentara) dan *ago* (memimpin) yang berarti sesuatu yang dikerjakan oleh para jendral perang dalam membuat rencana untuk dapat memenangkan perang.

Strategi diartikan sebagai parameter-parameter dalam suatu organisasi dalam menentukan tempat bisnis dan cara bisnis untuk bersaing. Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak di tempuh oleh suatu organisasi (perusahaan) untuk mencapai tujuannya.

2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran lebih dari fungsi bisnis lainnya, berhubungan dengan pelanggan walaupun kita akan segera mengenal definisi yang lebih detail mengenai pemasaran, mungkin definisi yang paling sederhana adalah sebagai berikut. Pemasaran adalah proses mengelola hubungan pelanggan yang menguntungkan. Dua sasaran pemasaran adalah menarik pelanggan

baru dengan menjanjikan keunggulan nilai serta menjaga dan menumbuhkan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan.

Pemasaran harus dipahami tidak dalam pemahaman kuno sebagai membuat penjualan “bercerita dan menjual” tetapi dalam pemahaman modern yaitu memuaskan kebutuhan pelanggan. Bila pemasar memahami kebutuhan pelanggan, mengembangkan produk dan jasa yang menyediakan nilai yang unggul bagi pelanggan, menetapkan harga, mendistribusikan, dan mempromosikan produk dan jasa itu secara efektif, produk dan jasa itu akan mudah dijual.¹

3. Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Bauran pemasaran merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan secara terpadu. Artinya kegiatan ini dilakukan secara bersamaan diantara elemen-elemen yang ada didalam *Marketing Mix*. Setiap elemen tidak dapat berjalan sendiri-sendiri tanpa dukungan dari elemen lain.

Kotler menyebutkan konsep “Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)” terdiri dari 4P: *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat), *Promotion* (Promosi).

1). Strategi *Product* (Produk)

Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apapun

¹Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga, 2006), h.5-6

wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.

Philip Kotler mendefinisikan produk sebagai “sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.”

Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan. Contohnya buku, meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain. Sedangkan produk yang tak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi, dan ide-ide.

Kotler mengatakan “jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

Menurut Kotler, dikatakan ada empat karakteristik utama jasa yang mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut:

a. *Intangibility* (Tidak Berwujud)

Artinya jasa tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dimiliki.

b. *Inseparability* (Tidak Terpisahkan)

Artinya antara penjual dan pembeli jasa saling berkaitan.

c. *Variability* (Bervariasi atau Beraneka Ragam)

Artinya jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk.

d. *Perishability* (Tidak Tahan Lama)

Artinya berarti mudah lenyap atau tidak tahan lama, jasa tidak dapat disimpan, begitu jasa dibeli, maka akan segera dikonsumsi.²

2).Strategi *Price* (Harga)

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa yang akan diterima perusahaan dalam penjualan produknya. Strategi harga rendah dan strategi harga tinggi dapat menjadi efektif pada situasi yang berbeda. Harga rendah misalnya, umumnya menyebabkan volume penjualan lebih besar, harga tinggi juga dapat menarik konsumen karena mengisyaratkan bahwa produk memiliki kualitas yang sangat tinggi. Keputusan penetapan harga juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk dapat tetap bertahan dalam pasar yang bersaing, melalui kepedulian sosial dan etika.

Harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan bauran pemasaran (*marketing mix*), penentuan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga sangat menentukan laku tidaknya produk dan jasa. Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan.

²Kasmir, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo, 2010), h.187

3).Strategi *Place* (Tempat)

Pemilihan lokasi sangat penting mengingat apabila salah dalam menganalisis akan berakibat fatal mengingat biaya yang akan dikeluarkan nantinya. Lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat konsumen untuk melakukan transaksi.

Dalam memilih lokasi, tergantung dari keperluan lokasi tersebut, terdapat paling tidak empat lokasi yang diperhitungkan sesuai keperluan perusahaan, yaitu antara lain:

- 
- a. Lokasi Kantor Pusat
 - b. Lokasi Untuk Pabrik
 - c. Lokasi Untuk Gudang
 - d. Lokasi Kantor Cabang

Secara umum, pertimbangan dalam menentukan letak suatu lokasi adalah sebagai berikut:

- a. Jenis Usaha Yang Dijalankan
- b. Dekat Dengan Pasar
- c. Dekat Dengan Bahan Baku
- d. Dekat Dengan Tenaga Kerja
- e. Tersedia Sarana Dan Prasarana
- f. Dekat Pemerintahan
- g. Dikawasan Industri
- h. Kemudahan Untuk Ekspansi

i. Hukum Yang Berlaku

4). Strategi *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar perannya. Promosi merupakan suatu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh penjual untuk mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan. Tujuan akhir segala promosi adalah meningkatkan penjualan. Selain itu para tenaga pemasaran dapat menggunakan promosi untuk:³

- a. Penyampaian Informasi
- b. Memposisikan Produk
- c. Nilai Tambah
- d. Mengendalikan Volume Penjualan

Tanpa promosi jangan diharapkan konsumen akan mengenal perusahaan, oleh karena itu promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Salah satu tujuan promosi perusahaan adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon konsumen yang baru.

³*Ibid*, h.192

B. Usaha

1. Pengertian Usaha

Kata usaha dalam Bahasa Indonesia diserap dari kata “*Business*” dari bahasa Inggris yang berarti kesibukan. Kesibukan secara khusus berhubungan dengan orientasi profit atau keuntungan. Pengertian usaha ditujukan pada sebuah kegiatan berorientasi *profit* yang memproduksi barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Usaha juga dapat diartikan sebagai suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Secara etimologi, usaha berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan. Kata usaha sendiri memiliki tiga penggunaan, dapat merujuk pada badan usaha, yaitu kesatuan yuridis (hukum), teknis, dan ekonomis yang bertujuan mencari laba atau keuntungan.⁴

Menurut Skinner, mendefinisikan usaha sebagai pertukaran barang atau jasa yang saling menguntungkan atau member suatu manfaat. Usaha adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang.

Menurut J.S Nimpoena, pengertian usaha dapat dibedakan dalam pengertian yang sempit dan pengertian yang luas. Jika kita berorientasi pada pengertian yang sempit maka usaha tidak lain dari sebuah fiksi.

⁴ Abdul Aziz, *Etika Bisnis Perspektif Islam*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h.28

Sedangkan dalam arti yang luas, usaha merupakan bisnis yang terkait erat dengan dunia ekonomi dan dunia politik. Hal ini disebabkan bahwa dunia ekonomi dan dunia politik pada dasarnya merupakan suatu hubungan yang saling bergantung, dan yang turut mencerminkan efektivitas suatu masyarakat dalam gerak usahanya.⁵ Usaha juga dapat diartikan sebagai seluruh kegiatan yang diorganisasikan oleh orang-orang yang berkecimpung di dalam bidang perniagaan dan industry yang menyediakan barang dan jasa untuk mempertahankan dan memperbaiki standar serta kualitas hidup masyarakat.⁶

Jadi strategi usaha, adalah dalam satu kata yaitu keunggulan bersaing. Maksudnya adalah memungkinkan suatu perusahaan memperoleh kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi para pesaing-pesaingnya, biasanya dikembangkan pada level divisi, dan menekankan pada perbaikan posisi persaingan produk barang atau jasa perusahaan dalam industri khusus/segmen pasar yang dilayani oleh divisi tersebut yang menekankan pada peningkatan laba dalam produksi dan penjualan produk dan jasa yang dihasilkan untuk mencapai suatu tujuan divisi.⁷

⁵Pandji Anoraga, *Op.Cit*, h.3-4

⁶ Sutarno, *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), h. 11

⁷*Ibid*, h.13

2. Tujuan Usaha

Tujuan usaha dalam jangka panjang yang ingin dicapai tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun terdapat beberapa hal yang ingin dicapai oleh organisasi atau perusahaan dalam usahanya, yaitu:

a. *Market Standing*

Market standing adalah penguasaan pasar yang akan menjadi jaminan bagi perusahaan untuk memperoleh pendapatan penjualan dan profit dalam jangka panjang.

b. *Physical and Financial Resources*

Physical and financial resources adalah perusahaan yang memiliki tujuan penguasaan terhadap sumber daya fisik dan keuangan untuk mengembangkan perusahaan menjadi semakin besar dan semakin menguntungkan.

c. *Innovation*

Innovation adalah suatu inovasi dalam produk (barang atau jasa) serta inovasi keahlian. Tujuan usaha yang ingin dicapai melalui inovasi adalah menciptakan nilai tambah pada suatu produk.

d. *Public Responsibility*

Public responsibility yaitu suatu usaha atau bisnis harus memiliki tanggung jawab sosial seperti memajukan kesejahteraan masyarakat, untuk mencegah terjadinya polusi dan menciptakan suatu lapangan pekerjaan.

e. *Worker Performance and Attitude*

Worker performance and attitude untuk kepentingan jangka panjang, yaitu sikap para karyawan terhadap perusahaan dan pekerjaan perlu diperhatikan agar dapat bekerja dengan baik.

f. *Manager Performance and Development*

Manager performance and development yaitu orang yang secara operasional bertanggung jawab terhadap pencapaian tujuan organisasi untuk dapat mengelola perusahaan dengan baik, manager perlu memiliki berbagai kemampuan dan keahlian yang sesuai dengan profesinya. Maka diperlukan peningkatan kinerja dan pengembangan kemampuan manager melalui serangkaian kegiatan kompensasi yang menarik dan program *training and development* yang berkelanjutan.⁸

Tujuan usaha merupakan hasil akhir yang ingin dicapai oleh para pelaku usaha dari usaha yang mereka lakukan, dan merupakan cerminan dari berbagai hasil yang diharapkan bias dilakukan oleh bagian-bagian dari perusahaan (produksi, pemasaran, personalia) yang akan menentukan kinerja dalam jangka panjang. Sumber daya ekonomi yang dikelola secara efektif dan efisien dengan berbagai aktivitas bisnis bertujuan untuk:

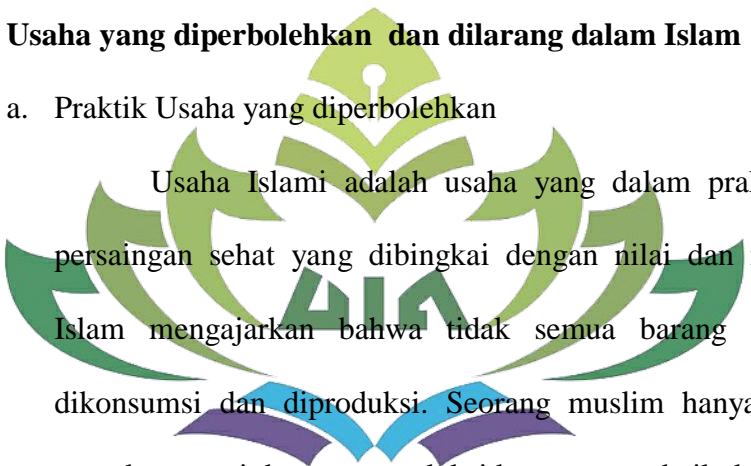
- a. Menciptakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh manusia, baik individu, komunitas, maupun masyarakat.

⁸*Ibid*, h. 25-26

- b. Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat.
- c. Menciptakan nilai tambah bagi pengelola usaha dan masyarakat.
- d. Mendapatkan pendapatan yang di inginkan lebih besar daripada biaya atau ongkos yang telah dikeluarkan oleh pengelola usaha.
- e. Meningkatkan kesejahteraan bagi seluruh pihak-pihak yang terlibat (pemilik, pekerja).

3. Usaha yang diperbolehkan dan dilarang dalam Islam

a. Praktik Usaha yang diperbolehkan



Usaha Islami adalah usaha yang dalam praktiknya terdapat persaingan sehat yang dibingkai dengan nilai dan moralitas Islam. Islam mengajarkan bahwa tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi dan diproduksi. Seorang muslim hanya diperkenankan mengkonsumsi dan memproduksi barang yang baik dan halal. Seorang muslim juga terikat dengan nilai-nilai kesederhanaan dan konsistensi prioritas pemenuhannya.

Selain itu, Islam juga sangat memperhatikan norma yang bersifat umum berlaku dalam masyarakat dan berlaku secara universal, seperti persaingan sehat, kejujuran, keterbukaan dan keadilan. Keterkaitan seorang muslim terhadap norma-norma ini akan menjadi

sistem pengendali yang bersifat otomatis bagi pelakunya dalam aktivitas bisnis.⁹

Islam mengajarkan prinsip-prinsip moral sebagai berikut:

- a) Jujur dalam menimbang dan menakar.
- b) Menjual barang yang halal.
- c) Tidak melakukan riba.
- d) Tidak menyaingi penjual lain.
- e) Tidak menyembunyikan cacat barang.
- f) Longgar dan murah hati.
- g) Tidak melakukan sumpah palsu.
- h) Menjual barang yang baik mutunya.
- i) Mengeluarkan zakat bila telah sampai nisab dan haulnya.

Rasulullah SAW, sangat banyak memberikan petunjuk mengenai cara usaha yang diperbolehkan, diantaranya yaitu:

- a) Tidak melakukan sumpah palsu. Nabi Muhammad SAW sangat intens melarang para pelaku usaha melakukan sumpah palsu dalam melakukan suatu transaksi.
- b) Ramah-tamah. Seorang pelaku usaha, harus bersikap ramah dalam melakukan suatu usaha. Nabi Muhammad SAW mengatakan “Allah merahmati seseorang yang ramah dan toleran dalam berbisnis”. (H.R Bukhari dan Tarmizi)

⁹Ika Yunia Fauzia, *Op.Cit*, h.16

c) Bahwa prinsip esensial dalam usaha adalah kejujuran.

Dalam Islam, kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan usaha.

d) Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan usaha.

Pelaku usaha menurut Islam, tidak hanya sekedar mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awun* (menolong orang lain) sebagai implikasi kegiatan usaha.

e) Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut.

f) Tidak boleh melakukan usaha dalam kondisi eksisnya bahaya (*mudharat*) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial.

g) Komoditi usaha yang dijual adalah barang yang suci dan halal, bukan barang yang haram.

h) Usaha tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.

i) Tidak boleh menjelekkkan usaha orang lain, agar orang tidak membeli kepadanya.

j) Membayar upah sebelum kering keringat karyawan.

k) Tidak melakukan *ihtikar*.

- l) Tidak monopoli.
- m) Usaha dilakukan dengan suka rela, tanpa paksaan.
- n) Segera melunasi kredit yang menjadi kewajibannya.
- o) Memberi tenggang waktu apabila pengutang (kreditor) belum mampu membayar.
- p) Usaha yang dilakukan bersih dari unsur *riba*.
- q) Takaran, ukuran, timbangan yang benar.¹⁰

b. Praktik Usaha yang dilarang

Islam melarang terjadinya kecurangan dalam takaran dan timbangan, rekayasa harga, perdagangan barang-barang haram, *riba*, *ihtikar* (penimbunan).

a) Rekayasa Harga

Rekayasa harga dapat terjadi ketika ada seseorang yang menjadi penghubung (makelar) antara pedagang yang dari pedesaan, kemudian ia membeli dagangan itu sebelum masuk pasar sehingga para pedagang desa belum tahu harga di pasar yang sebenarnya. Kemudian pedagang penghubung tadi menjual di kota dengan mengambil keuntungan besar yang diperoleh dari pembelian mereka terhadap pedagang pedesaan. Praktek seperti ini dilarang

¹⁰ *Ibid*, h.35

oleh Rasulullah karena dapat menimbulkan penyesalan terhadap pedagang pedesaan tersebut.

b) Kecurangan dalam Takaran dan Timbangan

Kecurangan dalam menakar dan menimbang sangat dilarang dalam usaha Islami. Hal ini mendapat perhatian khusus dalam Al-Qur'an karena praktek seperti ini telah merampas hak dan merugikan orang lain. Kecurangan merupakan sebab timbulnya ketidakadilan dalam masyarakat, padahal keadilan diperlukan dalam setiap perbuatan agar tidak menimbulkan perselisihan. Pemilik timbangan senantiasa dalam keadaan terancam dengan azab yang pedih apabila ia bertindak curang dengan timbangannya itu. Penghargaan ajaran Islam terhadap usaha berangkat dari ketentuan Allah bahwa perniagaan harus dilaksanakan secara baik atas dasar suka sama suka. Dalam Al-Qur'an dinyatakan bahwa orang beriman dilarang memakan harta sesama manusia dengan cara *bathil* kecuali dengan cara perdagangan atas dasar suka sama suka.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ
مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”*¹¹ (Q.S An-Nisa: 29)

c) Praktik Riba

Dalam praktik riba seseorang berusaha memenuhi kebutuhan orang yang ingin meminjam harta, tetapi disaat yang sama ia mengharuskan kepada orang yang meminjam itu untuk member tambahan yang nanti akan diambilnya, tanpa ada imbalan darinya berupa kerja dan tidak pula saling memikirkan. Sehingga disini yang kaya semakin kaya dan yang miskin semakin miskin. Pelaku riba bagaikan segumpal darah yang menyerap darah orang-orang yang bekerja keras, sedangkan ia tidak bekerja apa-apa, tetapi ia tetap memperoleh keuntungan yang melimpah ruah.

Dengan demikian semakin lebar jurang pemisah di bidang sosial ekonomi antara kelompok-kelompok yang ada. Oleh karena itu Islam sangat keras dalam mengharamkan riba dan memasukkannya diantara dosa

¹¹Departemen Agama RI, *Op.Cit*, h.83

besar yang merusak, serta mengancam orang yang berbuat demikian dengan ancaman yang sangat berat.¹²

C. Internet

1. Pengertian Internet

Internet adalah kumpulan atau jaringan dari komputer yang ada di seluruh dunia. Internet (kependekkan dari *interconnection-networking*) secara harfiah ialah sistem global dari seluruh jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan standar *internet protocol suite* (TCP atau IP) untuk melayani miliaran pengguna internet di seluruh dunia.¹³

Menurut Khoe Yao Tung, mengatakan bahwa internet adalah jaringan yang merupakan satelit komunikasi dan mempunyai fungsi sangat beragam dan tentu merupakan pendukung internet diseluruh dunia.¹⁴

Menurut Lani Sidharta, mengatakan bahwa internet adalah suatu interkoneksi sebuah jaringan komputer yang dapat memberikan layanan informasi secara lengkap dan terbukti bahwa internet dilihat sebagai media maya yang dapat menjadi suatu rekan bisnis, politik, sampai hiburan. Semuanya tersaji lengkap dalam media internet.

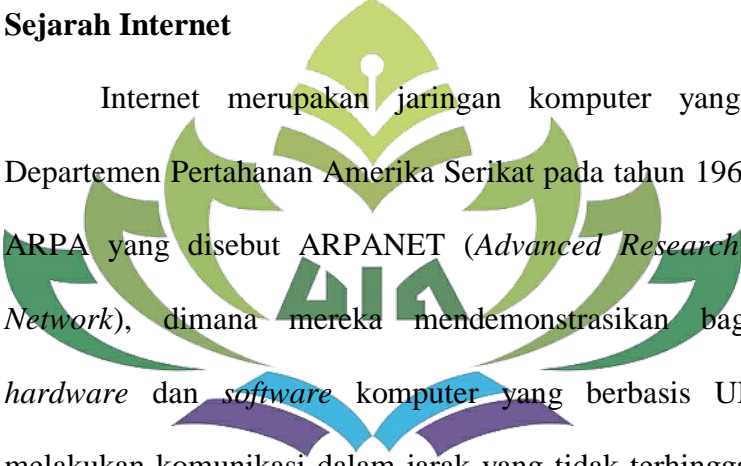
¹² *Ibid*, h.54

¹³ Onno W Purbo, *Op.Cit*, h. 18

¹⁴ Ikhtariawan, *Analisa Usaha Kecil Jasa Warnet*, Manajemen Krida Wacana, Vol.5 No.2 Mei 2005, h. 93

Berdasarkan kedua pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa internet adalah suatu jaringan komunikasi antara komputer yang besar yang mencakup seluruh dunia dan berbasis pada sebuah protokol yang disebut TCP atau IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*). Selain itu internet dapat disebut sebagai sumberdaya informasi yang dapat digunakan oleh seluruh dunia dalam mencari suatu informasi.

2. Sejarah Internet



Internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969 melalui proyek ARPA yang disebut ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*), dimana mereka mendemonstrasikan bagaimana dengan *hardware* dan *software* komputer yang berbasis UNIX, kita biasa melakukan komunikasi dalam jarak yang tidak terhingga melalui saluran telepon. Proyek ARPANET merancang bentuk jaringan, kehandalan, seberapa besar informasi dapat dipindahkan, dan akhirnya semua standar yang mereka tentukan menjadi cikal bakal pembangunan protokol baru yang sekarang dikenal sebagai TCP/IP (*Transmission Control Protocol atau Internet Protocol*).

Tujuan awal dibangunnya proyek itu adalah untuk keperluan militer. Pada saat itu Departemen Pertahanan Amerika Serikat membuat sistem jaringan komputer yang tersebar dengan menghubungkan komputer

di daerah-daerah vital untuk mengatasi masalah bila terjadi serangan nuklir dan untuk menghindari terjadinya informasi terpusat yang apabila terjadi perang dapat dengan mudah dihancurkan.

Mulanya ARPANET hanya menghubungkan 4 situs yaitu *Stanford Research Institute, University of California, University of Utah* dimana mereka membentuk suatu jaringan terpadu pada tahun 1969 dan secara umum ARPANET diperkenalkan pada bulan Oktober 1972. Tidak lama kemudian, proyek ini berkembang pesat diseluruh daerah dan semua universitas dinegara tersebut yang ingin bergabung, sehingga membuat ARPANET kesulitan untuk mengaturnya.¹⁵

D. Etika Bisnis Islam

1. Pengertian Etika Bisnis Islam

Menurut *Webster Dictionary*, secara etimologis etika adalah suatu disiplin ilmu yang menjelaskan sesuatu yang baik dan yang buruk, mana tugas dan kewajiban moral, atau bisa juga mengenai kumpulan prinsip atau nilai moral. Sementara itu, *Bertens* menyatakan bahwa etika berasal dari kata atau bahasa Yunani, *ethos* (kata tunggal) yang berarti tempat tinggal yang biasa, kebiasaan, adat, akhlak, watak, perasaan, sikap, cara berfikir.

¹⁵ *Ibid*, h.18

Jika ditelusuri secara historis, etika adalah cabang filsafat yang mencari hakikat nilai-nilai baik dan buruk baik dalam hubungannya dengan Tuhan (*Hablumminallah*), dengan sesama manusia (*Hablumminannas*), maupun dengan alam (*Hablumminalalam*) disekitarnya, baik dalam kaitannya dengan eksistensi manusia di bidang sosial, ekonomi, politik, budaya, maupun agama.

Etika dapat didefinisikan sebagai seperangkat prinsip moral yang membedakan yang baik dari yang buruk. Etika adalah bidang ilmu yang bersifat normative karena ia berperan menentukan apa yang harus dilakukan atau dilakukan oleh seorang individu. Etika adalah bagian dari filsafat yang membahas secara rasional dan kritis tentang nilai, norma, atau moralitas.¹⁶

Etika disebut juga sebagai *ihsan* (berasal dari kata bahasa Arab yang artinya baik), definisi *ihsan* dinyatakan oleh Nabi dalam hadits berikut: “*ihsan adalah engkau beribadat kepada Tuhanmu seolah-olah engkau melihat-Nya sendiri, walaupun ia tidak melihat-Nya, maka ia melihatmu.*” Dengan demikian melalui *ihsan* seorang akan selalu merasa bahwa dirinya dilihat oleh Allah, karena Allah maha mengetahui sekecil

¹⁶Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, (Yogyakarta: YKPN, 2004), h.34

apapun perbuatan yang dilakukan seorang walaupun dikerjakan ditempat tersembunyi.¹⁷

Bisnis adalah sebuah aktivitas yang mengarah pada peningkatan nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan, atau pengolahan barang produksi. Bisnis merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan dalam produksi, menyalurkan, memasarkan barang dan jasa yang diperlukan oleh manusia baik dengan cara berdagang maupun dengan bentuk lain dan tidak hanya mengejar laba (*Profit Oriented Social Oriented*). Bisnis islami diartikan sebagai serangkaian aktivitas bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya (barang/jasa) termasuk profitnya, namun dibatasi dalam cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (terdapat aturan halal dan haram).¹⁸

2. Konsep Pemasaran dalam Islam

Pemasaran yang didefinisikan oleh *M. Syakir Sula* adalah sebagai sebuah disiplin strategi yang mengarah kepada proses penciptaan, perubahan *values*, dan suatu inisiator kepada *stake holdernya*, yang dalam kesalahan

¹⁷ Veitzal Rivai, *Islamic Business and Economic Ethics, Mengacu Pada Al-Qur'an dan Mengikuti Jejak Rasulullah SAW dalam Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2012), h.32

¹⁸ Abdul Aziz, *Op.Cit*, h.31

prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.¹⁹

Artinya dalam syari'ah strategi pemasaran adalah proses penciptaan, penawaran, maupun perubahan nilai (*value*) tidak boleh ada hal-hal yang bertentangan dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah yang Islami. Pemasaran syari'ah merupakan suatu kegiatan pemasaran yang dilandasi semangat ibadah kepada Allah, berusaha semaksimal mungkin dengan tujuan untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri.

Afzalurrahman menyatakan Nabi Muhammad SAW melarang beberapa jenis perdagangan, baik karena hakikiatnya perdagangan itu memang dilarang maupun karena adanya unsur-unsur yang diharamkan didalamnya. Memperjualbelikan benda-benda yang dilarang dan yang haram.

Kartajaya dan Sula menyatakan bahwa ada empat karakteristik Pemasaran Syari'ah yang dapat menjadi panduan bagi para pemasar, sebagai berikut:

a. Teistis (*Rabbaniyyah*)

Yaitu bersifat ketuhanan ini adalah hukum yang paling adil, paling sempurna, paling selaras dengan bentuk kebaikan, paling dapat

¹⁹M. Aziz Hakim, *Briefcase Book Edukasi Propesional Syari'ah Dasar dan Strategi Pemasaran Syari'ah*, (Jakarta: Renasian, 2007), h.12

mencegah segala bentuk kerusakan, paling mampu mewujudkan kebenaran, memusnahkan kebatilan, dan menyebarluaskan kemaslahatan.

b. Etis (*Akhlaqiyyah*)

Yaitu sangat mengedepankan masalah akhlak moral dan etika dalam seluruh aspek kegiatan.

c. Realitas (*Al-Waqi'iyah*)

yaitu pemasaran syari'ah bukanlah konsep eksklusif, fanatik, dan kaku, akan tetapi merupakan konsep pemasaran yang fleksibel, sebagaimana keluasaan dan keluwesan syari'ah islaminya yang melandasinya.

d. Humanistik (*Insaniyyah*)

Yaitu bersifat humanistik universal artinya syari'ah diciptakan untuk manusia agar derajatnya terangkat, sifat kemanusiaannya terjaga dan terpelihara serta sifat-sifat kehewanannya dapat terkekang dengan panduan syari'ah.

M. Nur Rianto menyatakan, dalam Islam suatu bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata hanya untuk mencari ridho Allah, maka bentuk transaksinya insyaAllah menjadi nilai ibadah dihadapan Allah SWT. Ada beberapa sifat yang membuat Nabi Muhammad SAW berhasil dalam melakukan bisnis yaitu:

a. Shiddiq (Jujur atau Benar)

Dalam berdagang Nabi Muhammad selalu dikenal sebagai seorang pemasar yang jujur dan benar dalam menginformasikan produknya.

b. Amanah (Dapat Dipercaya)

Saat menjadi pedagang Nabi Muhammad selalu mengembalikan hak milik atasannya, baik itu berupa hasil penjualan maupun sisa barang.

c. Fathanah (Cerdas)

Dalam hal ini pemimpin yang mampu memahami, menghayati, dan mengenal tugas dan tanggung jawab bisnisnya dengan sangat baik.

d. Tabligh (Komunikatif)

Jika seorang pemasar harus mampu menyampaikan keunggulan-keunggulan produk dengan menarik dan tepat sasaran tanpa meninggalkan kejujuran dan kebenaran.

e. Ketauhidan

Ketauhidan merupakan landasan yang sangat filosofis dan *ilahiyyah* yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan tauhid ini bertitik tolak pada keridhoan

Allah yaitu bahwa Allah senantiasa mengawasi apa-apa yang dilakukan oleh manusia.²⁰

3. Bauran Pemasaran (Marketing Mix) dalam Islam

Marketing Mix adalah kombinasi variabel kegiatan yang merupakan inti dari sistem pemasaran, tentang variabel mana yang dapat dikendalikan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para pembeli.

Berikut adalah penjelasan dari *Muslich* mengenai marketing mix dalam Islam:

a. Produk (*Product*)

Ciri khas dari jasa dari produk harus mengacu pada nilai-nilai syari'ah yang diperbolehkan, tetapi agar lebih bisa menarik minat konsumen terhadap produk tersebut, produk tersebut harus tetap melakukan strategi "*diferensiasi*" agar mereka mau beralih dan menggunakan produk yang mengacu pada nilai-nilai syari'ah.

Disamping itu, Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian. Tidak boleh menipu kualitas dengan jalan memperlihatkan yang baik dari bagian luarnya, dan menyembunyikan yang jelek pada bagian dalam.

²⁰ *Ibid*, h.20

b. Harga (*Price*)

Penetapan harga ini tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri, tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat. Dalam Islam tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya harus dalam batas kelayakkan. Dan tidak boleh melakukan perang harga dengan niat menjatuhkan pesaing.

Dalam Islam, mengakui adanya motif laba (*profit*) dalam pricing (penentuan harga) klasik, selalu digunakan pendekatan penawaran dan permintaan (*supply and demand*) namun saat ini banyak terjadi penyimpangan yang berakibat pada penentuan harga yang berlebihan.

c. Tempat (*Place*)

Merupakan hal yang tidak kalah penting dengan urusan-urusan pemasaran. Dalam Islam, penentuan tempat atau lokasi yang baik adalah dengan penentuan tempat yang mudah diakses dan tempat yang aman untuk para konsumen.

d. Promosi (*Promotion*)

Promosi di dalam Islam adalah memasang promosi dalam bentuk iklan yang menggunakan Brand Image agar lebih dikenal keberadaannya. Ketika Brand Image sudah tertanam di benak

masyarakat umum, menjual sebuah produk yang baik dalam bentuk barang maupun jasa akan terasa lebih mudah.²¹



²¹ *Ibid*, h.24

BAB III

PENYAJIAN DATA LAPANGAN

A. Hasil Penelitian

1. Sejarah Singkat Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

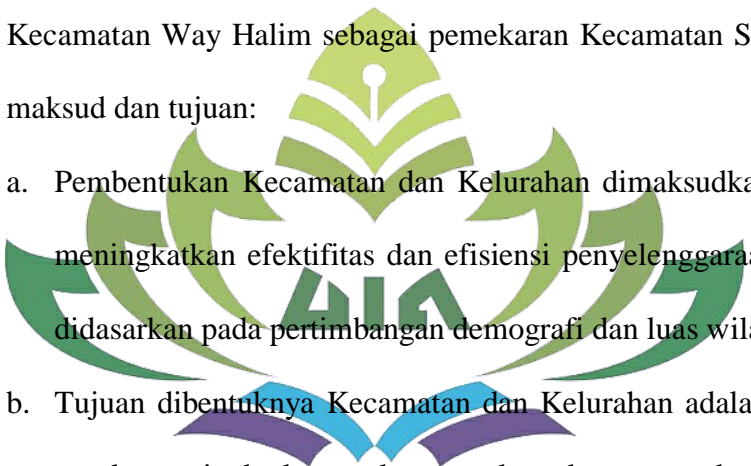
Wilayah Kecamatan Sukarame semula merupakan bagian dari wilayah Kecamatan Kedaton Kabupaten Lampung Selatan, kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 3 Tahun 1982 Tentang Perubahan Batas Kotamadya Tanjung Karang–Teluk Betung di pecah menjadi Kecamatan Sukarame Kotamadya Dati II Bandar Lampung, dengan demikian wilayah administratif ini merupakan Kecamatan baru yang terdiri dari 3 (tiga) Kelurahan.

Kemudian berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Lampung G/185/B/III HK/88, Tanggal 6 Juli 1988 dipecah menjadi 3 (tiga) Desa dan 3 (tiga) kelurahan. Terakhir berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Lampung G/110/B/HK/1992 diubah menjadi 6 (enam) Kelurahan.

Mengingat luasnya wilayah dan memperhatikan penduduk yang begitu pesat khususnya dalam wilayah Kecamatan Sukarame, maka pada Tahun 2011 diusulkan kepada Pemerintah Kota bahwa Kecamatan Sukarame dan Kelurahan sudah memungkinkan untuk dimekarkan kembali guna mempermudah rentang kendali dalam penyelenggaraan

pemerintahan sebagai salah satu upaya meningkatkan kelancaran pelayanan terhadap masyarakat.

Diterimanya usulan pemekaran Wilayah Kecamatan Sukarame maka dipandang perlu Penataan dan Pembentukan kembali kecamatan dan kelurahan maka dikeluarkanlah Peraturan Daerah Kota Bandar Lampung Nomor 4 Tahun 2012 Tentang Penataan dan Pembentukan Kecamatan dan Kelurahan yang salah satu pemecahan wilayah kecamatannya yaitu Kecamatan Way Halim sebagai pemekaran Kecamatan Sukarame dengan maksud dan tujuan:

- 
- a. Pembentukan Kecamatan dan Kelurahan dimaksudkan dalam rangka meningkatkan efektifitas dan efisiensi penyelenggaraan pemerintahan didasarkan pada pertimbangan demografi dan luas wilayah.
 - b. Tujuan dibentuknya Kecamatan dan Kelurahan adalah sebagai upaya untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, melaksanakan fungsi pemerintahan dan pemberdayaan masyarakat yang didasarkan kepada jumlah penduduk yang ada di Kecamatan dan Kelurahan tersebut.

Sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 4 Tahun 2012 Kecamatan Sukarame membawahi 6 (enam) Kelurahan yaitu 3 (tiga) Kelurahan lama dan 3 (tiga) Kelurahan yang baru. Nama-nama Kelurahan yang termasuk ke dalam wilayah Kecamatan Sukarame adalah:

- a. Kelurahan Sukarame (Kelurahan lama).
- b. Kelurahan Sukarame Baru (Kelurahan baru).
- c. Kelurahan Way Dadi (Kelurahan lama).
- d. Kelurahan Way Dadi Baru (Kelurahan baru).
- e. Kelurahan Harapan Jaya menjadi Korpri Jaya (Kelurahan lama).
- f. Kelurahan Korpri Jaya.

Undang-undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional mengamanatkan kepada seluruh daerah untuk menyusun dan memiliki dokumen RPJM (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) lima tahun yang setidaknya harus mengacu pada RPJM Propinsi dan RPJM Nasional dalam rangka Negara Kesatuan Republik Indonesia disatu sisi serta kesinambungan prioritas pembangunan dari tingkat pusat hingga daerah disisi lain.

Kecamatan Sukarame telah menyusun daftar RPJM (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) yang merupakan hasil dari pertemuan yang secara rutin telah dilakukan oleh TKPK (Tim Konsolidasi Pembangunan Kecamatan Sukarame).

Sebuah hasil sementara dari proses rembug untuk sekali lagi menemukenali masalah sekaligus potensi di Kecamatan sebagai rekapitulasi masalah dan potensi dari seluruh Kelurahan yang ada di Kecamatan, kemudian menjadi dasar dalam penetapan arah kebijakan dan kegiatan yang harus dan perlu dilakukan untuk menyelesaikan atau

mengurangi masalah sekaligus memanfaatkan potensi yang ada di Kecamatan.

RPJM (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) Kecamatan Sukarame yang telah disusun ini diharapkan dapat menjadi bahan diskusi pada pelaksanaan musyawarah perencanaan pembangunan Kecamatan serta nantinya menjadi acuan dan arahan terpadu yang bisa dimanfaatkan oleh segenap badan terutama BAPPEDA dan Dinas-dinas teknis di pemerintahan Kota Bandar Lampung dalam menyusun perencanaan dan proyek pembangunan sekaligus merealisasikan usulan-usulan dimaksud selama lima tahun.

Struktur organisasi pemerintah Kecamatan Sukarame berdasarkan Keputusan Walikota Bandar Lampung Nomor: 31 Tahun 2008 Tentang Struktur Organisasi dan Tata Kerja Pemerintah Kecamatan Kota Bandar Lampung, terdiri dari:

a. Camat

Camat adalah kepala pemerintahan kecamatan yang berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Walikota Bandar Lampung, yang mempunyai tugas pokok memimpin penyelenggaraan pemerintah, pembangunan, dan pembinaan kehidupan kemasyarakatan kecamatan.

b. Sekretaris Kecamatan

Sekretaris Kecamatan adalah unsur staf yang dipimpin oleh seorang sekretaris kecamatan dan bertanggung jawab kepada pembinaan administrasi serta memberikan pelayanan teknis maupun administratif masyarakat dan instansi lainnya di tingkat kecamatan.

c. Seksi Pemerintahan

Seksi Pemerintahan adalah unsur pelaksanaan pemerintah kecamatan di bidang penyelenggaraan pemerintahan dipimpin oleh kepala seksi yang bertanggung jawab kepada camat melalui sekretaris kecamatan. Seksi Pemerintahan mempunyai tugas pokok melaksanakan penyusunan program dan petunjuk teknis pembinaan penyelenggaraan pemerintahan umum, pembinaan administratif pemerintahan kelurahan.

d. Seksi Ketentraman dan Ketertiban

Seksi Ketentraman dan Ketertiban unsur pelaksana pemerintahan kecamatan yang dipimpin oleh seorang kepala seksi yang bertanggung jawab kepada camat melalui sekretaris kecamatan. Seksi Ketentraman dan Ketertiban mempunyai tugas melaksanakan pembinaan ketentraman dan ketertiban dan pembinaan Polisi Pamong Praja Kecamatan.

e. Seksi Pembangunan Masyarakat

Seksi Pembangunan Masyarakat mempunyai tugas pokok menyiapkan bahan pembinaan dan petunjuk teknis di bidang pembangunan ekonomi dan sosial budaya masyarakat desa.

f. Sub Keuangan

Sub Keuangan mempunyai tugas pokok melakukan pengelolaan urusan administrasi keuangan dan menyusun pembukuan, pertanggungjawaban dan pelaporannya.

2. Kondisi Geografi dan Demografi Kecamatan Sukarame Kota Bandar

Lampung

a). Letak dan Luas Daerah Kecamatan Sukarame

Wilayah Kecamatan Sukarame merupakan bagian wilayah Kota Bandar Lampung terletak di ujung timur dan batas geografisnya dengan wilayah lain, yaitu:

- a. Sebelah utara berbatasan dengan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan.
- b. Sebelah selatan berbatasan dengan Kecamatan Sukabumi Kota Bandar Lampung.
- c. Sebelah barat berbatasan dengan Kelurahan Kecamatan Way Halim dan Kecamatan Kedamaian.

- d. Sebelah timur berbatasan dengan Desa Sabah Balau Kecamatan Jati Agung Kabupaten Lampung Selatan.

Keadaan kesehatan masyarakat di Kecamatan Sukarame dapat dikatakan cukup baik berkat adanya 3 puskesmas induk dan 2 puskesmas pembantu, disamping itu ada juga pelayanan KB (Keluarga Berencana), Imunisasi, Peningkatan Gizi.

Berikut gambaran mengenai fasilitas kesehatan dan tenaga medis di Kecamatan Sukarame, yaitu:

- a. Tiga puskesmas induk yang terletak di Kelurahan Sukarame dan Korpri Raya.
- b. Dua puskesmas pembantu, masing-masing terletak di Kelurahan Sukarame Baru dan Kelurahan Way Dadi Baru.
- c. Tiga buah puskesmas keliling.
- d. Beberapa UKS (Unit Kesehatan Siswa) di sekolah-sekolah.
- e. Satu RSUS (Rumah Sakit Umum Swasta) di Kelurahan Way Dadi.
- f. Tujuh buah apotik.

Berbagai macam kegiatan yang telah dilakukan di Kecamatan Sukarame dalam usaha pembinaan terhadap Tuna Netra, Tuna Wisma, Tuna Rungu, Cacat Tubuh dan lain-lain yang dilaksanakan oleh Seksi Kesejahteraan Sosial Kecamatan Sukarame diantaranya:

- a. Kursus PSM (Pelatihan Pemantapan Petugas Masyarakat Desa).
- b. Kursus Pertama (Pembinaan Sosial Masyarakat Desa).

- c. Kursus BPGP (Proyek Bantuan dan Penyantun Gelandangan).
- d. Kursus Mobil dan Motor.
- e. Kursus Kerajinan dari Bambu dan Serabut Kelapa.

b). Jumlah Kepadatan Penduduk dan Golongan Umur Kecamatan Sukarame

Penduduk Kecamatan Sukarame terdiri dari dua kelompok besar, yaitu penduduk asli asal dan penduduk pendatang yang berasal dari Jawa, Sumatera Selatan, Sumatera Barat, dan lain-lain yang menurut perkiraan 20% penduduk asli dan 80% penduduk pendatang.

Menurut laporan kependudukan dari keseluruhan se-Kecamatan Sukarame sampai dengan bulan September 2014, terdapat 11.608 kepala keluarga dengan jumlah penduduk sebesar 44.770 jiwa yang terdiri dari laki-laki 22.666 jiwa dan perempuan 22.104 jiwa.¹

3. Struktur Organisasi Warung Internet (Warnet) di Kecamatan Sukarame

Warnet membentuk struktur organisasi yang bertujuan untuk kelancaran kinerja usaha dan membentuk sistem kerja dengan tugas masing-masing yang ditanggung dengan berbagai laporan antara pekerja satu dengan pekerja yang lain. Struktur organisasi ini menunjukkan perwujudan pola

¹ Data Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung tahun 2017

antara hubungan yang terbagi secara structural dan juga menunjukkan kedudukan tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang berbeda satu sama lain. Adapun struktur organisasi warnet di Kecamatan Sukarama terdiri dari:

Tabel 4
Data Pemilik Warnet

No	Nama Warnet	Nama Pemilik
1	Royal.net	Rudi
2	Compendium.net	Andhika Tubagus
3	Bamboo.net	Finto
4	Orion.net	Gilang
5	Widyadana.net	Irwan
6	Alung.net	Rio Sadewa
7	Warnet	Ikan

Sumber: Warnet di Kecamatan Sukarama Kota Bandar Lampung

a). Operator Warnet

Para operator warnet memiliki tugas untuk melakukan pengecekan pada setiap peralatan di warnet, melakukan transaksi pembayaran, serta merekap hasil keuntungan dari usaha warnet.

Para operator warnet mengoperasikan satu komputer yang terdapat di meja operator yang disebut *server*. *Server* berisikan *desktop billing*, dan pengendali setiap PC komputer yang sedang aktif.

Tabel 5
Data Operator Warnet

No	Nama Warnet	Nama Operator Warnet
1	Royal.net	Ervan
2	Compendium.net	Hendra Putra
3	Bamboo.net	Deni
4	Orion.net	Doni

5	Widyadana.net	M. Rendi
6	Alung.net	Agus
7	Warnet	Saiful

Sumber: Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Untuk menunjang kenyamanan, warnet di Kecamatan Sukarame memiliki fasilitas yang berbeda-beda dalam memuaskan pengguna jasa internet, diantaranya:

a. Warnet *Bamboo.net*

Fasilitas yang tersedia di warnet *bamboo.net* diantaranya komputer yang digunakan berjumlah 25 unit komputer, masing-masing komputer berukuran 14 inchi. Terdapat 2 ruangan di warnet *bamboo.net*, diruangan depan terdapat 20 unit LCD komputer, dan diruangan belakang terdapat 5 buah LCD komputer. Warnet *bamboo.net* juga dilengkapi dengan 3 buah kipas angin didalam ruangan sehingga dapat meningkatkan kenyamanan bagi para pengguna jasa internet.

Selain menyewakan jasa internet, warnet *bamboo.net* juga menyediakan layanan print bagi para pengguna jasa internet. Layanan print yang disediakan warnet *bamboo.net* dikenakan harga sesuai bentuk yang diinginkan. Perinciannya sebagai berikut:

- a. Print hitam putih: Rp.500-700 per lembar.
- b. Print warna: Rp.1.000-2.000 per lembar.

Warnet *bamboo.net* juga menyediakan hiburan seperti *game online*. *Game online* yang tersedia yaitu *ayo dance (audition)*, *point blank (PB)*.²

b. Warnet *Compendium.net*

Fasilitas yang tersedia di warnet *compendium.net* diantaranya komputer yang digunakan berjumlah 12 unit LCD komputer yang masing-masing komputer berukuran 14 inci. Warnet *compendium.net* dilengkapi dengan 3 buah kipas angin.

Selain itu, warnet *compendium.net* juga menerima jasa servis komputer dan menyediakan makanan dan minuman ringan bagi para pengguna jasa internet, sehingga jika sedang dilanda kelaparan para pengguna jasa internet tidak jauh-jauh untuk mencari makanan dan minuman.³

c. Warnet *Orion.net*

Fasilitas yang tersedia di warnet *orion.net* diantaranya komputer yang digunakan berjumlah 10 unit LCD komputer yang masing-masing komputer berukuran 14 inci. Warnet *orion.net* dilengkapi fasilitas AC yang berjumlah 2 buah AC, sehingga para pengguna jasa internet dilarang untuk merokok di warnet *orion.net* tersebut.⁴

²*Op.Cit*, Finto, Pengusaha Warnet *bamboo.net*

³*Op.Cit*, Andhika Tubagus, Pengusaha Warnet *compendium.net*

⁴ Gilang, Pengusaha Warnet *orion.net*, wawancara, di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, Tanggal 1 September 2018

d. Warnet *Widyadana.net*

Fasilitas yang tersedia di warnet *widyadana.net* diantaranya komputer yang digunakan berjumlah 13 unit LCD komputer yang berukuran masing-masing 14 inchi. Warnet *widyadana.net* dilengkapi fasilitas 2 buah kipasn angin.

Selain menyewakan jasa internet, warnet *widyadana.net* juga menyediakan fasilitas fotocopy, dengan harga Rp 200 per lembarnya.⁵

e. Warnet *Alung.net*

Fasilitas yang tersedia di warnet *alung.net* diantaranya komputer yang digunakan berjumlah 8 unit LCD komputer yang berukuran masing-masing 14 inchi. Warnet *alung.net* juga dilengkapi dengan 2 buah kipas angin.

Selain menyewakan jasa internet, warnet *alung.net* juga menjual berbagai macam Alat Tulis Kantor (ATK).⁶

f. Warnet *Royal.net*

Fasilitas yang tersedia di warnet *royal.net* diantaranya komputer yang digunakan berjumlah 10 unit LCD komputer yang berukuran masing-masing 14 inchi. Warnet *royal.net* juga dilengkapi 2 AC.

⁵Irwan, Pengusaha Warnet *widyadana.net*, wawancara, di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, 1 September 2018

⁶Rio Sadewa, Pengusaha Warnet *alung.net*, wawancara, di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, Tanggal 1 September 2018

Selain menyewakan jasa internet, warnet *royal.net* juga menyediakan *game online* kepada para pengguna jasa internet.⁷

g. Warnet

Warnet ini tidak memiliki nama karena menurut pemilik Ikang, saat dia mendirikan warnet ini dia langsung mendirikan tanpa memikirkan nama untuk warnet tersebut. Fasilitas yang tersedia di warnet ini diantaranya komputer yang digunakan berjumlah 9 unit LCD komputer. Dan warnet ini juga dilengkapi dengan 2 kipas angin.⁸

B. Strategi pemasaran yang dilakukan Warung Internet (Warnet) Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Setiap perusahaan pasti mempunyai tujuan untuk tetap berkembang dan eksis di dunia usaha, agar dapat tetap eksis di dunia usaha suatu perusahaan harus mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. Salah satu cara agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, suatu perusahaan harus memiliki strategi dalam berbisnis. Strategi bisnis adalah keunggulan bersaing. Satu-satunya maksud perencanaan strategi adalah untuk memungkinkan suatu

⁷Rudi, Pengusaha Warnet *royal.net*, wawancara, di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, Tanggal 1 September 2018

⁸Ikang, Pengusaha Warnet, wawancara, di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, Tanggal 1 September 2018

perusahaan memperoleh seefisien mungkin kedudukan paling akhir yang dapat dipertahankan dalam menghadapi pesaing-pesaingnya.

Strategi yang dilakukan oleh Warung Internet (Warnet) di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung yaitu mengenai *Marketing Mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari harga, promosi, dan tempat. Dimana dengan menggunakan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik konsumen dan mempertahankan konsumen yang ada. Untuk lebih jelasnya mengenai strategi yang dilakukan oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung antara lain:

a). *Product* (Produk)

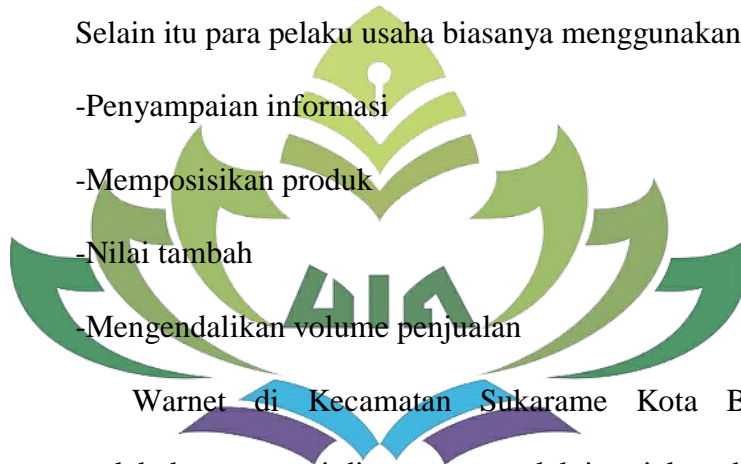
Produk berarti barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran. Pemilihan jenis produk yang akan dihasilkan dan dipasarkan akan menentukan kegiatan promosi yang dibutuhkan, serta penentuan harga dan cara penyalurannya. Strategi produk yang dapat dilakukan mencakup keputusan tentang acuan atau bauran produk (*product mix*), merk dagang (*brand*), cara pembungkus atau kemasan (*product packaging*), tingkat mutu/kualitas dari produk, dan pelayanan (*service*) yang diberikan. Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung memberikan produk dalam jenis pelayanan (*service*), dengan cara memberikan pelayanan yang baik, dan memberikan koneksi internet yang cepat untuk di akses.

b). *Promotion* (Promosi)

Promosi adalah satu bagian dari bauran pemasaran yang besar peranannya. Promosi merupakan satu ungkapan dalam arti luas tentang kegiatan-kegiatan yang secara aktif dilakukan oleh penjual atau pelaku usaha untuk mendorong konsumen membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan. Tujuan akhir dari segala promosi adalah meningkatkan penjualan, baik barang maupun jasa.

Selain itu para pelaku usaha biasanya menggunakan promosi untuk:

- Penyampaian informasi
- Memposisikan produk
- Nilai tambah
- Mengendalikan volume penjualan



Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung melakukan promosi diantaranya melalui sosial media yaitu Facebook dan Twitter.

c). *Price* (Harga)

Penetapan harga adalah proses menentukan berapa yang akan diterima perusahaan dalam penjualan produknya. Strategi harga rendah dan strategi harga tinggi dapat menjadi efektif pada situasi yang berbeda. Harga rendah misalnya, umumnya menyebabkan volume penjualan barang maupun jasa lebih besar, harga tinggi juga dapat menarik konsumen karena mengisyaratkan bahwa barang

maupun jasa tersebut memiliki kualitas yang baik. Keputusan penetapan harga juga dipengaruhi oleh kebutuhan untuk dapat tetap bertahan dalam persaingan, melalui kepedulian sosial dan etika.

Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung memiliki harga yang relatif terjangkau, dan memberikan potongan harga atau diskon jika pengguna jasa internet menikmati jasa internet pada waktu tertentu.

d). *Place* (Tempat)

Penentuan lokasi dan distribusi serta sarana dan prasarana pendukung menjadi sangat penting, hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau setiap lokasi yang ada dengan cara yang mudah sehingga tidak menyulitkan konsumen,

Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung berada di Kecamatan Sukarame yang merupakan tempat yang dinilai strategis dan mudah dijangkau.

Strategi pemasaran adalah sebuah proses yang dapat memungkinkan organisasi untuk meningkatkan keuntungan dan mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Penerapan strategi pemasaran juga sangat tergantung pada potensi yang menggambarkan permintaan dari lingkungan persaingan. Untuk menarik konsumen atau pengguna jasa warnet, para pelaku usaha bisa merekayasa indikator-indikator yang terdapat dalam strategi

pemasaran yaitu promosi, harga, tempat, dengan cara meneliti dimana tempat konsumennya, berapa permintaannya, bagaimana daya belinya.



BAB IV

ANALISIS DATA

Berdasarkan data yang diperoleh langsung dilapangan dan mengumpulkan teori-teori dari berbagai sumber, maka dapat dianalisis warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung telah menerapkan teori strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yaitu tentang promosi (*promotion*), harga (*price*), produk (*product*) dan tempat (*place*).

A. Analisis Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Perkembangan sektor jasa yang cukup memegang peranan di Indonesia secara tidak langsung dapat menimbulkan banyak pesaing. Para pelaku usaha dituntut untuk bisa bertahan dan mampu bersaing, maka setiap pelaku usaha harus memiliki strategi yang tepat agar dapat memenangkan suatu persaingan. Dengan adanya persaingan, suatu perusahaan akan dihadapkan pada berbagai peluang dan ancaman, baik yang berasal dari luar maupun dari dalam perusahaan yang akan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Strategi adalah pola tindakan utama yang dipilih untuk mewujudkan visi perusahaan, melalui sebuah misi. Strategi merupakan seperangkat tujuan dan rencana jangka panjang yang spesifik, yang apabila dicapai akan

memberikan suatu keunggulan kompetitif yang diharapkan. Strategi merupakan jawaban atas pertanyaan perusahaan tersebut dalam mencapai suatu tujuannya.

Strategi usaha sebuah perusahaan dalam menjalankan suatu usaha adalah hal utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan, karena strategi usaha akan mempengaruhi sukses atau tidaknya suatu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. Hal lain yang harus diingat oleh setiap pengelola perusahaan adalah bahwa perusahaan tidak sendirian ketika beroperasi pada suatu wilayah tertentu, perusahaan selalu memiliki pesaing.

Salah satu usaha pada sektor jasa yang berkembang saat ini adalah usaha warnet. Warnet merupakan suatu hubungan antara jenis komputer dan juga dengan jaringan dunia yang memiliki sistem operasi dan juga aplikasi yang berbeda seperti telepon dan satelit yang memanfaatkan kemajuan komunikasi. Usaha warnet semakin banyak diminati sebagai pilihan usaha yang menjanjikan. Salah satu lokasi yang menyediakan warnet adalah Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Usaha warnet tidak luput dari yang namanya persaingan, yaitu persaingan yang terjadi antar sesama warnet yang berada di Kecamatan Sukarame bahkan persaingan yang terjadi akibat kemajuan teknologi dengan adanya handphone berbasis android merupakan pesaing yang cukup berpengaruh untuk kelangsungan usaha warnet yang berlokasi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung. Para pelaku usaha

warnet harus mampu melakukan persaingan dengan cara warnet-warnet tersebut harus memiliki strategi usaha yang efektif.

Setelah penulis mengumpulkan dan mengolah data, penulis mendapatkan analisis terkait strategi usaha yang dilakukan warnet dalam mempertahankan keberlangsungan usaha, yaitu melalui strategi yang juga diterapkan oleh Kotler tentang strategi pemasaran (*marketing mix*), dengan cara melalui strategi promosi (*promotion*), harga (*price*), produk (*product*), tempat (*place*) seperti:

1. **Promotion (Promosi)**

Promosi merupakan salah satu strategi yang dilakukan oleh setiap para pengusaha agar usaha tersebut dapat berjalan dengan baik sehingga dapat memancing para konsumen untuk tertarik terhadap strateginya tersebut.

Bentuk promosi yang dilakukan warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung sebagai berikut:

Tabel 6
Strategi Promosi Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

No	Nama Warnet	Jenis Promosi
1	-Bamboo.net -Royal.net -Compendium.net -Orion.net	Memberikan promosi berupa tambahan akses internet selama 1 jam kepada konsumen yang

		menikmati akses warnet dalam waktu 3 jam.
2	-Widyadana.net	Memberikan promosi berupa memberikan es teh gratis kepada konsumen yang mengakses warnet selama 3 jam.
3.	-Warnet -Alung.net	Memberikan promosi berupa tambahan akses internet selama 1 jam kepada konsumen yang mengakses internet dalam waktu 4 jam.

Berdasarkan hasil penelitian kegiatan promosi yang dilakukan oleh warnet di Kecamatan Sukarame terbukti dapat meningkatkan jumlah konsumen atau pengguna jasa internet karena mereka tertarik dengan promosi tersebut sehingga warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dapat mempertahankan keberlangsungan usahanya.

2. *Price (Harga)*

Strategi harga merupakan salah satu bentuk strategi yang biasanya dijalankan oleh para pelaku bisnis agar usaha nya mampu bertahan dengan lama. Strategi harga yang dilakukan adalah dengan memberikan diskon atau potongan harga.

Berikut strategi harga yang dilakukan oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Tabel 7
Strategi Harga Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

No	Nama Warnet	Jenis Strategi Harga
1	-Bamboo.net -Widyadana.net -Orion.net -Alung.net	Memberikan porongan harga sebesar 1.000 rupiah kepada konsumen jika konsumen mengakses internet dalam kelipatan 2 jam.
2	-Warnet -Compendium.net -Royal.net	Memberikan potongan harga sebesar 1.000 rupiah kepada konsumen jika konsumen mengakses internet selama 5 jam.

Berdasarkan dari hasil penelitian, strategi dengan pemberian potongan harga atau diskon memberikan efek yang baik bagi kelangsungan usaha

warnet karena konsumen banyak yang tertarik atas diskon yang diberikan oleh para pelaku usaha warnet.

3. *Place (Tempat)*

Strategi yang juga dilakukan oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung adalah dengan strategi tempat. Penentuan lokasi menjadi sangat penting hal ini disebabkan agar konsumen mudah menjangkau sehingga konsumen menjadi aman dan nyaman dan pemilihan lokasi menjadi sangat penting karena lokasi yang tidak strategis akan mengurangi minat konsumen untuk datang ke lokasi tersebut.

Tabel 8
Strategi Tempat Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

No	Nama Warnet	Strategi Tempat
1	-Bamboo.net -Compendium.net -Alung.net -Royal.net	Memiliki tempat yang strategis yaitu di pinggir jalan besar sehingga dapat memudahkan konsumen untuk menemukan lokasi warnet tersebut.
2	-Widyadana.net -Warnet -Orion.net	Memiliki tempat yang strategis

		walaupun berada di dalam gang, tetapi di lokasi tersebut banyak mahasiswa-mahasiswi yang kost di sekitarnya.
--	--	--

Berdasarkan dari hasil penelitian, strategi dengan penentuan lokasi memiliki dampak yang baik bagi kelangsungan usaha warnet karena konsumen tertarik terhadap lokasi yang strategis tersebut.

4. **Product (Produk)**

Strategi produk merupakan strategi yang juga dilakukan oleh setiap para pengusaha agar usaha tersebut dapat berjalan dengan baik sehingga dapat memancing para konsumen untuk tertarik terhadap strateginya tersebut. Strategi produk yang dilakukan dalam bentuk pelayanan (*service*).

Berikut strategi produk yang dilakukan oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

Tabel 9
Strategi Produk Warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

No	Nama Warnet	Strategi Produk
1	-Bamboo.net -Widyadana.net -Alung.net -Orion.net -Warnet -Compendium.net	Memberikan pelayanan yang nyaman yaitu para operator atau perugas warnet bersikap dengan ramah kepada konsumen.
2	-Royal.net	Memberikan pelayanan yang baik dan tempat yang bersih kepada konsumen.

Setelah menganalisis teori dan penerapan strategi yang dilakukan oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dapat disimpulkan bahwa strategi yang diterapkan berjalan dengan efektif yaitu strategi pemasaran *marketing mix* yang terdiri dari strategi promosi (*promotion*), strategi harga (*price*), strategi produk (*product*), dan strategi tempat (*place*) dimana 4 variabel strategi *marketing mix* ini saling mendukung dan saling melengkapi, serta memiliki peran yang berbeda dalam proses mempertahankan keberlangsungan usaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung.

B. Analisis Tinjauan Etika Bisnis Islam Terhadap Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha

Bisnis dalam Islam merupakan aktivitas yang bukan hanya berhubungan baik dengan manusia tetapi juga berhubungan baik dengan Allah SWT sebagai khaliq sehingga segala aktivitas hendaklah dilakukan dengan bernilai amal shaleh termasuk didalam aktivitas berindustri, berekonomi, berbisnis atau bermuamalah.

Seperti yang dijelaskan oleh *Skinner*, bisnis dalam Islam adalah pertukaran barang dan jasa yang saling menguntungkan atau memberi suatu manfaat dan sebagai sebuah aktivitas yang mengarah kepada nilai tambah melalui proses penyerahan jasa, perdagangan atau pengolahan barang yang sesuai dengan syariat Islam.

Berkaitan dengan Islam tentang etika bisnis maka landasan filosofis yang harus dibangun dalam pribadi muslim adalah dengan adanya konsepsi hubungan manusia dengan tuhan. Yang dalam bahasa agama dikenal dengan istilah (*Hablumminaallah wa hablumminannas*).

Pengertian etika telah diungkapkan oleh para ahli dengan penjelasan yang berbeda-beda sesuai sudut pandang yang berbeda. Menurut *Ahmad Amin* menyatakan bahwa etika adalah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh seluruh manusia kepada lainnya. Menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia di dalam

perbuatan mereka yang menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.

Untuk mencapai tujuannya, usaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung melakukan berbagai macam cara agar usaha warnet dapat berjalan dengan lancar, berkembang, dan bertahan lama, sedangkan di dalam Islam ada batasan-batasan dalam melakukan hal tersebut. Begitu juga dalam hal melakukan strategi usaha, bagi para pengusaha-pengusaha muslim sangat dilarang untuk melakukan cara-cara yang melanggar konsep syari'at Islam.

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan pada warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung, penulis mendapati strategi yang dilakukan oleh pengusaha warnet telah sesuai dengan prinsip islami yaitu:

1. Etika dalam harga

Penetapan harga didalam Islam tidak mementingkan keinginan pedagang sendiri tapi juga harus mempertimbangkan kemampuan daya beli masyarakat dan di dalam Islam tidak dibenarkan mengambil keuntungan sebanyak-banyaknya tetapi harus dalam batas kelayakkan atau kewajaran.

Berdasarkan teori yang telah dijabarkan *M. Nur Rianto* bahwa ketauhidan merupakan landasan yang sangat filosofis yang dijadikan sebagai pondasi utama setiap langkah seorang muslim yang beriman dalam menjalankan fungsi kehidupannya. Landasan

tauhid ini bertitik tolak pada keridhoan Allah yaitu bahwa Allah senantiasa mengawasi apa-apa yang dilakukan oleh manusia.

Dengan adanya pengawasan dari Allah SWT menjadikan para pengelola usaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung merasa berhati-hati dalam menentukan harga. Berdasarkan hasil penelitian harga yang diberikan oleh para pengelola warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung sudah sesuai dengan kecepatan akses yang diberikan kepada konsumen sehingga tidak ada kecurangan didalamnya.

2. Etika dalam produk

Produk disini adalah produk yang berjenis pelayanan. Pelayanan menurut *ensiklopedia Islam* adalah suatu keharusan yang pengoperasiannya sesuai dengan prinsip syari'ah yang harus mempunyai pedoman yang dituangkan dalam ajaran Islam.

Menurut para ahli bernama *Muhammad*, pelayanan adalah tata cara yang dilakukan produsen terhadap konsumen dengan cara yang baik dan sopan. Dalam memberikan suagu pelayanan terhadap konsumennya setiap produsen atau karyawan harus berlaku Ihsan yang artinya karyawan harus memberikan pelayanan yang baik, cepat, optimal kepada konsumennya. Strategi produk

juga sudah sesuai dengan syari'at Islam yakni mampu memberikan maslahat kepada para konsumen, yaitu dengan cara memblokir situs-situs yang tidak baik sehingga para konsumen dapat dengan aman untuk mengakses jaringan internet.

Berdasarkan hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh produsen atau karyawan warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam karena para produsen atau para karyawan selalu bersikap sopan, lembut, dan ramah serta selalu memberikan informasi kepada para konsumen yang bertanya mengenai internet sehingga para konsumen menjadi paham tentang internet. Hal tersebut dilakukan sebagai salah satu daya tarik dalam meningkatkan jumlah konsumen.

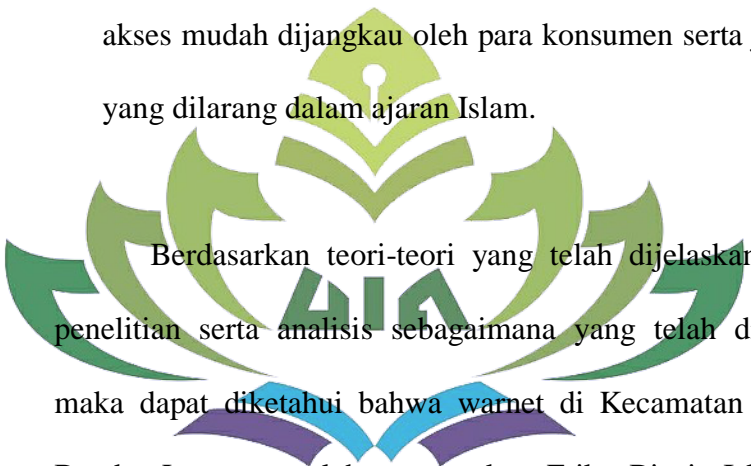
3. Etika dalam lokasi

Lokasi menurut *Kotler* adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kesuksesan pemasaran dari sebuah usaha. Semakin strategis lokasi usaha yang dipilih, semakin tinggi tingkat penjualan dan berpengaruh terhadap kesuksesan sebuah usaha.

memang dalam Islam tidak dijelaskan secara khusus bagaimana menentukan lokasi dagang yang baik maupun menata ruangan yang indah. Namun dalam Islam, lebih ditekankan pada nilai akhlak dan moral. Dan Jika para pemasar menjalankan aktivitas

pemasar yang diperbolehkan dan meninggalkan larangan yang dilarang, pemasaran tersebut menjadi suatu aktivitas yang diperbolehkan dalam ajaran Islam.

Berdasarkan penelitian lokasi yang dipilih warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung sudah sesuai dengan Etika Bisnis Islam karena lokasi strategis tersebut dapat memberikan rasa aman dan nyaman kepada para konsumen dan akses mudah dijangkau oleh para konsumen serta jauh dari hal-hal yang dilarang dalam ajaran Islam.



Berdasarkan teori-teori yang telah dijelaskan dan dari hasil penelitian serta analisis sebagaimana yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diketahui bahwa warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung telah menerapkan Etika Bisnis Islam yang sesuai dengan prinsip syari'ah yaitu tentang Ketauhidan, Kejujuran, Amanah, dan Keadilan.

**Tingkat Jumlah Konsumen Warung Internet (Warnet) di
Kecamatan Sukarame tahun 2016-2017**

Tabel 10
Jumlah Konsumen Warung Internet (Warnet) di Kecamatan
Sukarame

	Warnet	Jumlah Pengakses		Persen (%)
		2016	2017	
	Bamboo.net	3600	5400	40%
	Orion.net	1800	2160	20%
	Compendium.net	1400	1800	20%
	Widyadana.net	1100	1500	35%

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah konsumen atau pengguna jasa internet di 3 tempat selama kurun waktu 2016-2017 mengalami kenaikan jumlah pengakses. Yaitu pada bamboo.net tahun 2016 memiliki jumlah konsumen sebanyak 3600 dan mengalami kenaikan sebesar 40 % pada tahun 2017 sehingga menjadi 5400. Pada Orion.net tahun 2016 memiliki jumlah konsumen sebanyak 1800 dan mengalami kenaikan sebanyak 20 % sehingga pada tahun 2017 menjadi 2160 konsumen. Pada Compendium.net tahun 2016 memiliki jumlah konsumen sebanyak 1400 dan mengalami kenaikan sebesar 20 % sehingga pada tahun 2017 menjadi 1680 konsumen. Pada Widyadana.net tahun 2016 memiliki jumlah konsumen sebanyak 1100 dan mengalami kenaikan sebesar 35 % sehingga pada tahun 2017 menjadi 1485 konsumen. Sehingga dapat diketahui bahwa strategi yang telah dilakukan warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

berjalan dengan baik dan berhasil dalam meningkatkan jumlah konsumen dan pengguna jasa internet.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian “Analisis Strategi Pemasaran Warung Internet (Warnet) di Kecamatan dalam Mempertahankan Keberlangsungan Usaha Menurut Perspektif Etika Bisnis Islam (Studi di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung)” sebagai berikut:

1. Terdapat 4 macam strategi yang diterapkan oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung yakni melalui strategi Marketing Mix yaitu strategi promosi (promotion), strategi harga (price), strategi tempat (place), dan strategi produk (product). Dari hasil penelitian yang dilakukan bahwa strategi yang diterapkan oleh warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung telah berjalan dengan baik sehingga membuat warnet tersebut mampu bersaing dan mempertahankan usahanya di era teknologi yang canggih ini. Menurut data jumlah konsumen warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung periode 2016-2017 konsumen atau pengguna jasa internet mengalami kenaikan. Dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran yang dilakukan berjalan dengan baik dan lancar dalam mempertahankan keberlangsungan usaha.
2. Menurut Etika Bisnis Islam mengenai strategi pemasaran yang diterapkan pada warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung sudah sesuai dengan ajaran Islam yaitu dengan strategi harga yang sesuai dengan syari'at Islam dan dengan strategi promosi yang juga sesuai dengan syari'at Islam dengan selalu berpedoman pada aturan, batasan-batasan dalam berbisnis dan tidak melakukan penipuan, kecurangan dalam memberikan takaran.

B. Saran

1. Diharapkan kepada pengusaha warnet di Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung dapat mempertahankan usahanya dengan memberikan inovasi-inovasi baru agar konsumen lebih tertarik untuk menggunakan jasa warnet.
2. Diharapkan untuk kedepannya para sarjana ekonomi islam lebih memberikan pemahaman kepada para pengusaha warnet agar lebih mengerti akan pandangan hukum Islam dalam menerapkan strategi pemasaran.



DAFTAR PUSTAKA

- Al Alwani, Taha Jabir. *Bisnis Islam*. Yogyakarta: AK Group. 2005
- Anoraga, Pandji. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta. 2009
- Aziz, Abdul. *Etika Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta. 2014
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemah*. Bandung: CV Diponegoro. 2005
- Fauzia, Ika Yunia. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana. 2013
- Gamal, Merza. *Aktivitas Ekonomi Sya'riah*. Pekanbaru: Uni Press. 2014
- Hadi, Sutrisno. *Metode Research*. Yogyakarta: Yayasan Pendidikan Fakultas Sikologi UGM. 2012
- Harahap, Sofian S. *Etika Bisnis dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Salemba Empat. 2011
- Herawati, Jajuk. *MSDM Strategik*. Yogyakarta: AMUS. 2004
- Khoruddin, Madnasir. *Etika Bisnis dalam Islam*. Lampung: Fakultas Syari'ah UIN Raden Intan Lampung. 2014
- Kotler, Philips. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga. 2001
- Mardalis. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: Bumi Aksara. 2008
- Muslich. *Etika Bisnis Islam*. Yogyakarta: Ekonosia. 2004
- Mustag, Ahmad. *The Future of Economics*. Jakarta: Asy Syaamil Press. 2001
- Purbo, Onno W. *Teknologi Warung Internet*. Yogyakarta: Flex Media Computindo

Qardhawi, Yusuf. *Peran Nilai dan Moral dalam Perekonomian Islam*. Jakarta: Rabbani Pers. 2001

Rudianto. *Akuntansi Manajemen*. Jakarta: Erlangga. 2013

Sangadji, Etta Mamang. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset. 2010

Sedarmayanti. *Manajemen Strategi*. Bandung: Refika Aditama. 2014

Siregar, Syofian. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press. 2012

Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2015

Sumar'in. *Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2013

Sutarno. *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2012

Supriyanto. *Pengantar Teknologi Informasi*. Bandung: Salemba. 2009

Yusanto, M Ismail. *Meneladani Bisnis Rasulullah Membumikan Kembali Semangat Etika Bisnis Rasulullah*. Semarang: Pustaka Nuun. 2008

Dugaan, Paradigmaekonomi.org/HLN-Sektor-Jasa

Jurnal

Ikhtriawan. *Analisa Usaha Kecil Jasa Warnet*. Manajemen Krida Wacana. Vol.5 No.2. 2005

Wawancara

Andhika Tubagus. Pengusaha Warung Internet (Warnet) Compendium.net. Wawancara. Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung

Finto. Pengusaha Warung Internet (Warnet) Bamboo.net. Wawancara. Kecamatan Sukarame Kota Bandar Lampung